

## ***Transfer Pricing: Praktik Strategis atau Manipulasi pada Perusahaan Jakarta Islamic Index***

**Siti Nafisatun<sup>1</sup>, Nor Hadi<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Institut Agama Islam Negeri Kudus

\*Corresponding author:

Siti Nafisatun

nafisnafisatun@gmail.com

### **ABSTRACT**

---

*Transfer pricing is a strategic issue in global taxation that is often exploited to minimize tax burdens through profit shifting between related parties. This study aims to examine the influence of taxes, bonus mechanisms, and tunneling incentives on transfer pricing decisions in companies listed on the Jakarta Islamic Index (JII) during the period 2023-2024. This study uses a quantitative approach with a causal research design. The sample consists of 18 companies over two years of observation, resulting in a total of 36 observations. Data were obtained from annual financial statements and analyzed using panel data regression with the help of Eviews12 software. The research results show that taxes and bonus mechanisms do not have a significant impact on transfer pricing, whereas tunneling incentives have a significant impact. This indicates show that ownership concentrations can encourage wealth transfer through transfer pricing practices.*

**Keywords:** Tax; Bonus Mechanism; Tunneling Incentive; Transfer Pricing

## ABSTRAK

---

*Transfer pricing* merupakan isu strategis dalam perpajakan global yang sering dimanfaatkan untuk meminimalkan beban pajak melalui pengalihan laba antar pihak yang memiliki hubungan istimewa. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) selama periode 2023-2024. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian kausalitas. Sampel terdiri dari 18 perusahaan selama dua tahun observasi, sehingga total data sebanyak 36 observasi. Data diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan dianalisis menggunakan regresi data panel dengan bantuan software *Eviews12*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsentrasi kepemilikan dapat mendorong pengalihan kekayaan melalui praktik *transfer pricing*.

**Kata kunci:** Pajak; Mekanisme Bonus; *Tunneling Incentive*; *Transfer Pricing*

|                           |                                          |                          |
|---------------------------|------------------------------------------|--------------------------|
| Received<br>24 April 2025 | Received in revised from<br>29 Juni 2025 | Accepted<br>26 Juni 2025 |
|---------------------------|------------------------------------------|--------------------------|

## PENDAHULUAN

*Transfer pricing* merupakan isu strategis yang banyak diperbincangkan dalam masalah perpajakan dan tata kelola perusahaan. Secara umum *transfer pricing* didefinisikan sebagai penetapan harga atas transaksi barang atau jasa antara entitas yang memiliki hubungan istimewa dalam satu grup usaha (Amrie, 2020), (Sujana et al., 2022), (Tampubolon & Farizi, 2018). Dalam kondisi ideal, perusahaan yang memiliki cabang di berbagai negara seharusnya menentukan harga produk atau jasanya berdasarkan harga pasar (Tampubolon & Farizi, 2018). Tujuannya adalah agar pembayaran pajak disetiap negara tempat perusahaan beroperasi dilaksanakan secara adil dan sesuai ketentuan yang berlaku (Saputra, 2023).

Namun, fakta empiris menunjukkan bahwa praktik di lapangan kerap menyimpang dari ketentuan ideal. Kendati regulasi mengenai *transfer pricing* telah diberlakukan di Indonesia OECD, (2022), sejumlah perusahaan masih menetapkan harga transaksi antar entitas dalam satu grup usaha berdasarkan kepentingan internal, khususnya untuk menekan beban pajak yang harus dibayarkan (Arifin et al., 2020), (Mayzura & Apriwenni, 2023), (Yoo, 2022). Praktik ini sering dilakukan dengan cara mengalihkan keuntungan ke yurisdiksi pajak rendah, yang secara global dikenal sebagai BEPS (Osho & Ogedengbe, 2023). Menurut data laporan OECD, praktik ini mengakibatkan pengalihan laba perusahaan multinasional secara global sebesar USD 100 hingga USD 240 miliar per tahun, yang menyebabkan kehilangan potensi pajak yang lebih besar bagi negara-negara dengan tarif pajak lebih tinggi (OECD, 2022). Angka ini setara dengan 4-10% dari total pendapatan pajak yang hilang. Fenomena *transfer pricing* ini tidak hanya menimbulkan ketidakadilan dalam sistem perpajakan, tetapi juga berdampak negatif terhadap perekonomian Indonesia (Azhar & Setiawan, 2021). Hal ini menimbulkan pertanyaan efektivitas regulasi yang ada dan pengawasan yang dilakukan oleh otoritas pajak.

Meminjam logika teori agensi, fenomena *transfer pricing* dianggap sebagai bentuk perilaku menyimpang yang dilakukan oleh pengusaha (Sujana et al., 2022), (Zogning, 2022). Pemindahan laba atau pengurangan kewajiban pajak menjadi tujuan utama dari tindakan ini (Abigail & Nuh, 2024), (Devi & Noviari, 2022), (Herlina & Murniati, 2023). Teori ini menjelaskan bahwa kepentingan agen (perusahaan) dan prinsipal (pemerintah) seringkali tidak selaras, sehingga perusahaan berupaya mengejar keuntungan sendiri dengan mengabaikan kepentingan negara sebagai pemungut pajak (Moloi, 2020). Dalam konteks perpajakan, *transfer pricing* memiliki dampak besar terhadap penerimaan negara (Herlina & Murniati, 2023). Pemerintah sebagai prinsipal bertujuan memaksimalkan pendapatan negara melalui pengumpulan pajak yang adil sedangkan perusahaan cenderung bertindak rasional dengan meminimalkan kewajiban pajaknya dan memaksimalkan laba.

Konflik kepentingan tersebut dapat diperparah oleh insentif internal dalam perusahaan (Sujana et al., 2022). Salah satunya adalah bonus manajerial berbasis laba, yang dapat mendorong manajer untuk mengatur transaksi keuangan dengan cara meningkatkan laba jangka pendek, termasuk melalui rekayasa harga transfer (Mineri & Paramitha, 2021), (Patriandari & Cahya, 2021). Di sisi lain, kepemilikan saham tertinggi atau dominasi pemegang saham mayoritas dalam struktur kepemilikan perusahaan juga dapat menjadi faktor yang mendorong praktik *tunneling*, yaitu pengalihan kekayaan perusahaan ke entitas lain yang masih berada dalam kendali

pemilik saham tersebut (Patriandari & Cahya, 2021). *Transfer pricing* kerap digunakan sebagai instrumen untuk menjalankan praktik ini secara tersembunyi (Abigail & Luh, 2024).

Perilaku *transfer pricing* berpotensi bisa terjadi di mana saja, termasuk pada perusahaan berbasis syariah. Salah satunya PT Adaro Energy Indonesia, perusahaan ini diduga terlibat dalam *transfer pricing* dengan afiliasinya, *Coaltrade Services International* yang berbasis di Singapura. Mereka melakukan penjualan batu bara di bawah harga pasar untuk menghindari pembayaran royalti dan pajak yang seharusnya dibayar. Tindakan ini terjadi dari tahun 2009-2017 dengan mengurangi pembayaran pajak total 1,75 triliun lebih rendah. Selain PT Adaro Energy Indonesia, PT Indofood Sukses Makmur juga terlibat dalam praktik penghindaran pajak sebesar 1,3 miliar. Langkah ini diambil pada tahun 2013 dengan mendirikan sebuah perusahaan baru dan mengalihkan aset, kewajiban serta operasional ke PT Indofood CBP Sukses. Temuan ini menunjukkan bahwa *transfer pricing* tidak hanya merugikan negara namun juga berpotensi merusak keadilan dalam sistem perpajakan.

Penelitian ini secara khusus menyoroti fenomena tersebut pada perusahaan yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* (JII). Pemilihan objek ini didasarkan pada asumsi bahwa perusahaan berbasis syariah seharusnya mengedepankan prinsip keadilan dan keterbukaan serta menghindari praktik yang merugikan pihak lain termasuk negara. Selain itu, pemilihan perusahaan ini juga didasarkan pada prioritas likuiditas yang tinggi, artinya perusahaan tersebut sering diperdagangkan dan memiliki volume transaksi yang besar, sehingga potensi praktik *transfer pricing* menjadi lebih relevan untuk dikaji. Likuiditas yang tinggi seringkali mencerminkan daya tarik investor dan ekspektasi terhadap kinerja keuangan yang optimal, yang dapat menjadi salah satu pendorong munculnya praktik *transfer pricing*.

Distingsi penelitian ini ditunjukkan melalui arah pengujian yang tidak hanya menyoroti aspek efisiensi pajak sebagai motivasi *transfer pricing*, tetapi juga mempertimbangkan dorongan internal perusahaan, seperti insentif manajerial (mekanisme bonus) dan kepentingan pengendali (*tunneling incentive*). Pajak diprosikan dengan *effective tax rate* sebagai indikator tekanan eksternal terhadap perusahaan Sujana et al., (2022), sementara mekanisme bonus mencerminkan insentif laba bagi manajemen dan *tunneling incentive* menggambarkan potensi penyalahgunaan kekuasaan oleh pemegang saham terbesar dalam mengalihkan laba antar entitas usaha (Azhar & Setiawan, 2021), (Mineri & Paramitha, 2021), (Suryarini et al., 2020).

Berdasarkan latar belakang tersebut, tujuan penelitian ini untuk menganalisis secara empiris sejauh mana pajak, mekanisme pemberian bonus dan *tunneling incentive* memengaruhi keputusan *transfer pricing* pada perusahaan *Jakarta Islamic Index*. Selain itu, kontribusi utama penelitian ini adalah mengisi kesenjangan literatur mengenai praktik *transfer pricing* di perusahaan syariah, yang selama ini belum banyak diteliti secara mendalam. Penelitian ini juga memberikan pandangan baru mengenai apakah status syariah perusahaan mampu menekan praktik manipulatif seperti *transfer pricing*. Implikasi praktisnya penting bagi regulator dan pemangku kepentingan dalam menilai komitmen etika perusahaan syariah terhadap prinsip keadilan dan keterbukaan.

## TINJAUAN LITERATUR

### **Keterkaitan Teori Agensi, Pajak, Mekanisme Bonus, *Tunneling incentive* dan *Transfer Pricing***

*Transfer pricing* ialah praktik penentuan harga berdasarkan transaksi antar perusahaan yang memiliki hubungan khusus dalam satu kelompok usaha (Amrie, 2020), (Sujana et al., 2022), (Tampubolon & Farizi, 2018). Praktik ini menjadi sorotan dalam ranah akuntansi dan perpajakan karena berpotensi digunakan untuk pergeseran laba ke entitas lain dengan tarif pajak lebih rendah (Amidu et al., 2019), (Suryarini et al., 2020). Meskipun praktik ini legal selama dilakukan secara wajar, penyimpangan yang terjadi justru menjadikannya sebagai instrumen penghindaran pajak yang sulit dideteksi (Choirunnisa et al., 2022).

Jika merujuk pada teori agensi, praktik *transfer pricing* dapat dipahami sebagai bentuk ketidakseimbangan kepentingan antara pemerintah dan perusahaan (Lesmono & Siregar, 2021). Pemerintah menghendaki pelaporan pajak yang adil dan transparan sebagai sumber penerimaan negara, sementara perusahaan cenderung bertindak rasional untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan beban pajak (Butarbutar, 2017). Ketika terjadi asimetri informasi antara agen dan prinsipal, maka terbuka ruang terjadinya *moral hazard*, yakni kondisi di mana perusahaan menyusun strategi keuangan tertentu, yang secara legal dapat dibenarkan namun secara substansi merugikan kepentingan negara (Lesmono & Siregar, 2021). Fenomena *transfer pricing* juga dikaitkan dengan efektivitas regulasi perpajakan (Butarbutar, 2017). Meskipun regulasi telah diterapkan, celah hukum (*loophole*) tetap dimanfaatkan oleh perusahaan untuk tujuan ekonomis, terutama untuk menekan beban pajak melalui strategi pengalihan laba yang sulit terdeteksi (Zogning, 2022).

Praktik *transfer pricing* seringkali dipengaruhi oleh pajak, terutama ketika perusahaan menghadapi beban pajak yang tinggi dan terdorong untuk melakukan pergeseran laba ke wilayah dengan pajak yang lebih ringan (Dewi & Lingga, 2022). Pajak dalam konteks ini sering diukur menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR), yang mencerminkan seberapa besar pajak yang dibayarkan perusahaan dibandingkan laba kena pajaknya (Sujana et al., 2022). Penelitian oleh Muhajirin et al., (2021), Rafiqah et al., (2022) mengindikasikan bahwa tingkat efektivitas pajak (ETR) memiliki pengaruh terhadap kecenderungan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Hasil ini konsisten dengan penelitian sebelumnya oleh Purnomo et al., (2021), yang menyatakan bahwa perusahaan multinasional memanfaatkan perbedaan tarif pajak antar negara untuk merancang strategi *transfer pricing*.

Selain itu, perusahaan juga terdorong oleh mekanisme bonus, yaitu insentif manajerial yang diberikan berdasarkan pencapaian laba tertentu (Mineri & Paramitha, 2021), (Sujana et al., 2022). Bonus berbasis laba sering kali mendorong manajer untuk melakukan tindakan agresif termasuk pengaturan transaksi keuangan untuk menampilkan laba yang tinggi. Dalam situasi ini muncul *moral hazard*, di mana manajer bertindak demi insentif pribadi alih-alih kepentingan jangka panjang perusahaan (Esa & Hari, 2022). Studi oleh Mineri & Paramitha, (2021) menyimpulkan bahwa insentif bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik *transfer pricing*, menunjukkan bahwa pengaruhnya bisa kontekstual tergantung struktur pengendalian internal.

Faktor lain yang memengaruhi praktik *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*, yaitu motivasi pemegang saham mayoritas untuk mengalihkan aset perusahaan ke entitas yang berada dalam pengendaliannya (Farkhah Elfa et al., 2022). Dalam struktur kepemilikan yang terpusat, pemegang saham dominan memiliki kekuasaan signifikan dalam mengambil keputusan keuangan perusahaan, termasuk dalam penetapan kebijakan harga transfer. Studi oleh Nazihah et al., (2019) menjelaskan bahwa kondisi ini membuka ruang terjadinya pengalihan laba secara terselubung. Temuan serupa disampaikan oleh Sujana et al., (2022) yang menyatakan bahwa kepemilikan mayoritas berkorelasi signifikan dengan kecenderungan melakukan *transfer pricing*. Penelitian oleh Murtanto & Bonita, (2021) juga mendukung bahwa dalam struktur kepemilikan terkonsentrasi, *tunneling* menjadi risiko nyata bagi pemegang saham minoritas.

Penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut tidak berdiri sendiri. Pajak sebagai tekanan eksternal dapat mendorong *transfer pricing*, tetapi efeknya dapat diperkuat ketika perusahaan memiliki struktur kepemilikan yang terkonsentrasi dan sistem insentif berbasis laba. Hal ini mengindikasikan bahwa praktik *transfer pricing* merupakan fenomena yang kompleks, yang dipengaruhi oleh dinamika tata kelola perusahaan secara internal serta tekanan fiskal dari lingkungan eksternal. Dalam perspektif Islam, praktik *transfer pricing* yang digunakan secara manipulatif bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah seperti amanah dan keadilan. Perusahaan yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* idealnya menjalankan aktivitas usaha berdasarkan nilai-nilai tersebut.

Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk mengkaji sejauh mana prinsip-prinsip tersebut tercermin dalam keputusan perusahaan, khususnya terkait praktik *transfer pricing* yang kerap disalahgunakan. Pengujian atas pengaruh pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* dalam konteks perusahaan syariah tidak hanya relevan secara teoretis, tetapi juga secara moral dan etika bisnis Islam.

## Pengembangan Hipotesis

### Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Dalam teori agensi, manajer sebagai agen memiliki kecenderungan untuk memaksimalkan nilai perusahaan melalui tindakan yang menguntungkan bagi mereka, meskipun langkah tersebut bertentangan dengan kepentingan pihak lain seperti pemerintah sebagai prinsipal (Lesmono & Siregar, 2021). Salah satu strategi yang umum diterapkan adalah *transfer pricing*, yaitu praktik pengalihan laba ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah sebagai upaya untuk menekan beban pajak yang ditanggung perusahaan (Sujana et al., 2022). Pajak yang tinggi dapat mendorong manajemen untuk melakukan strategi penghindaran pajak secara agresif, termasuk melalui pengaturan harga transfer antar entitas dalam satu grup usaha. Hal ini menunjukkan adanya konflik kepentingan antara perusahaan dan pemerintah dalam hal penerimaan pajak. Penelitian oleh Muhajirin et al., (2021), Rafiqah et al., (2022) menunjukkan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Temuan serupa juga ditemukan oleh Purnomo et al., (2021) yang mengungkapkan bahwa perusahaan memiliki kecenderungan melakukan *transfer pricing* guna mengalihkan laba ke negara dengan tarif pajak yang lebih rendah.

H0: Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

H1: Pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

### **Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing***

Teori agensi menjelaskan bahwa pemberian insentif kepada manajer dalam bentuk bonus berbasis laba dapat menimbulkan *moral hazard* (Azhar & Setiawan, 2021). Dalam hal ini, manajer sebagai agen memiliki dorongan untuk meningkatkan laba secara artifisial, salah satunya melalui manipulasi harga transfer, demi memperoleh bonus yang lebih besar. Namun, efek dari mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* tidak selalu konsisten. Beberapa penelitian seperti Esa & Hari, (2022) menunjukkan bahwa insentif berbasis laba dapat meningkatkan kecenderungan manipulasi akuntansi, termasuk *transfer pricing*. Disisi lain, studi oleh Mineri & Paramitha, (2021) menemukan bahwa mekanisme bonus tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik *transfer pricing*, khususnya pada perusahaan yang menerapkan tata kelola (*good corporate governance*) secara efektif.

H0: Mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

H2: Mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

### **Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing***

*Tunneling incentive* terjadi ketika pemegang saham mayoritas menggunakan kekuasaan mereka untuk mentransfer sumber daya perusahaan ke entitas lain yang mereka kontrol demi keuntungan pribadi (Suryarini et al., 2020). Dalam teori agensi, hal ini mencerminkan konflik antara pemegang saham mayoritas (sebagai agen dominan) dan pemegang saham minoritas (sebagai prinsipal), yang rentan dirugikan melalui pengalihan kekayaan. *Transfer pricing* menjadi salah satu alat utama yang digunakan dalam praktik *tunneling*, karena memungkinkan perpindahan laba secara terselubung ke perusahaan afiliasi (Patriandari & Cahya, 2021). Nazihah et al., (2019), Sujana et al., (2022) menemukan bahwa semakin besar kepemilikan pemegang saham mayoritas, semakin besar kecenderungan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Murtanto & Bonita, (2021) juga mengungkapkan bahwa struktur kepemilikan terkonsentrasi meningkatkan risiko terjadinya *tunneling*.

H0: *Tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

H3: *Tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menguji secara empiris pengaruh antara pajak, mekanisme bonus dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing* (Duryadi, 2021). Objek penelitian mencakup perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* selama periode 2023-2024. Melalui teknik *purposive sampling*, sebanyak 18 perusahaan dipilih sebagai sampel karena memenuhi kriteria penelitian dengan periode observasi selama dua tahun. Dengan demikian, total data yang dianalisis berjumlah 36 observasi. Data penelitian ini diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan dan dianalisis menggunakan regresi data panel dengan bantuan software *Eviews12*. Definisi operasional variabel ditampilkan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Operasional Variabel

| Variabel            | Operasional                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Transfer Pricing    | $\text{Related Party Transaction} = \frac{\text{Piutang Pihak Berelasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$ <p><i>Transfer pricing</i> adalah kebijakan perusahaan dalam menetapkan harga atas transaksi dengan pihak yang memiliki hubungan istimewa. Semakin besar nilai rasio tersebut, semakin tinggi indikasi praktik <i>transfer pricing</i> (Amrie, 2020).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Pajak               | $\text{ETR} = \frac{\text{Beban Pajak Penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}} \times 100\%$ <p>Semakin tinggi beban pajak, semakin besar kemungkinan <i>transfer pricing</i> digunakan sebagai strategi penghindaran pajak (Sujana dkk., 2022).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Mekanisme Bonus     | $\text{Indeks Tren Laba Bersih} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Laba Bersih t-1}} \times 100\%$ <p>Mekanisme bonus adalah insentif yang diberikan kepada manajer berdasarkan laba. Semakin besar bonus yang didapat berdasarkan pencapaian laba, semakin besar kemungkinan <i>transfer pricing</i> dilakukan untuk manipulasi laba (Esa &amp; Hari, 2022).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Tunneling Incentive | $\text{Tunneling Incentive} = \frac{\text{Jumlah Kepemilikan Asing}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100\%$ <p>Semakin tinggi kepemilikan saham asing di suatu perusahaan, semakin besar kemungkinan pemegang saham mayoritas di dominasi oleh pemegang saham asing (Sujana et al., 2022). Meskipun kepemilikan asing tidak selalu mencerminkan konsentrasi kepemilikan, dalam penelitian ini digunakan sebagai proksi karena investor asing dengan porsi saham signifikan sering kali memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan strategis perusahaan. Namun, kelemahan dari proksi ini adalah tidak membedakan antara kepemilikan tersebar dan terpusat, yang justru lebih tepat untuk mengukur potensi praktik <i>tunneling</i>.</p> |

**Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024**

Untuk menguji hipotesis, model persamaan regresi data panel digunakan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan :

$Y$  : *Transfer Pricing*

$\alpha$  : *intercept* (konstanta).

$\beta$  : koefisien

$X_1$  : Pajak

$X_2$  : mekanisme bonus

$X_3$  : *tunneling incentive*

$\varepsilon$  : error atau gangguan dalam model

$i$  : total perusahaan (18 perusahaan)

**t** : waktu periode penelitian 2023-2024

Penelitian dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* tahun 2023-2024. Sampel terdiri dari 18 perusahaan selama dua tahun observasi, sehingga total data sebanyak 36 observasi. Untuk memberikan gambaran, dijelaskan dalam tabel berikut:

**Tabel 2. Data Hasil Pemilihan Sampel**

|                                                                                            |                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Populasi</b>                                                                            | <b>30 perusahaan</b> |
| <b>Kriteria sampel</b>                                                                     |                      |
| 1. Tidak mempublikasikan laporan keuangan tahunan lengkap atau menggunakan mata uang asing | (7 perusahaan)       |
| 2. Perusahaan dengan kepemilikan saham afiliasi kurang dari 20%.                           | (1 perusahaan)       |
| 3. Tidak mencatatkan piutang kepada pihak berelasi.                                        | (2 perusahaan)       |
| <b>Total sampel penelitian berdasarkan kriteria</b>                                        | <b>18 perusahaan</b> |
| <b>Tahun pengamatan</b>                                                                    | <b>2 tahun</b>       |
| <b>Jumlah observasi</b>                                                                    | <b>36 observasi</b>  |

**Sumber : Data Diolah Peneliti, 2024**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang digunakan dalam penelitian ini. Tabel 3 menyajikan nilai minimum, maksimum, *mean* dan standar deviasi dari masing-masing variabel, yaitu *transfer pricing*, pajak, mekanisme bonus, dan *tunneling incentive* selama periode observasi.

**Tabel 3. Analisis Statistik Deskriptif**

|                            | <b>Minimum</b> | <b>Maximum</b> | <b>Mean</b> | <b>Std Deviation</b> | <b>Observations</b> |
|----------------------------|----------------|----------------|-------------|----------------------|---------------------|
| <i>Transfer Pricing</i>    | 0,187982       | 0,849918       | 0.554801    | 0,125593.            | 36                  |
| Pajak                      | 0,000343       | 0,982779       | 0,289248    | 0,299298             | 36                  |
| Mekanisme Bonus            | 0.024206       | 2,678739       | 0,329515    | 0.445419             | 36                  |
| <i>Tunneling Incentive</i> | 0.229427       | 2.139075       | 1.096693    | 0.382234             | 36                  |

**Sumber : Output Eviews, 2024**

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh total sebanyak 36 data observasi yang berasal dari perusahaan yang terdaftar dalam *Jakarta Islamic Index* selama periode 2023-2024. Hasil analisis statistik deskriptif terhadap variabel *transfer pricing* menunjukkan nilai minimum sebesar 0,187982 dan maksimum sebesar 0,849918, dengan nilai rata-rata sebesar 0,554801 dan standar deviasi sebesar 0,125593. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat transaksi pihak berelasi pada perusahaan dalam sampel relatif tinggi, dengan rata-rata lebih dari 50%. Standar deviasi yang moderat

menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki intensitas *transfer pricing* yang cukup beragam, meskipun terdapat perbedaan signifikan pada perusahaan tertentu.

Variabel pajak menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,289248 atau sekitar 28,92%, dengan nilai maksimum 0,982779 dan minimum 0,000343. Standar deviasi yang tinggi sebesar 0,299298 mengindikasikan bahwa terdapat variasi yang besar dalam tingkat efektivitas beban pajak antar perusahaan dalam sampel. Hal ini dapat mencerminkan perbedaan strategi manajemen pajak yang diterapkan oleh masing-masing perusahaan, termasuk kemungkinan adanya praktik penghindaran pajak pada beberapa entitas.

Sementara itu, variabel mekanisme bonus memiliki rata-rata sebesar 0,329515, dengan nilai maksimum mencapai 2,678739 dan standar deviasi sebesar 0,445419. Angka ini menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang mengalami lonjakan laba bersih secara signifikan dibandingkan tahun sebelumnya, yang dapat berimplikasi pada potensi pemberian bonus manajerial yang lebih besar. Namun demikian, variasi yang tinggi antar perusahaan juga menunjukkan ketidakseimbangan dalam pemberian insentif laba.

Adapun variabel *tunneling incentive* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 1,096693, dengan nilai minimum 0,229427 dan maksimum 2,139075, serta standar deviasi sebesar 0,382234. Nilai rata-rata yang tinggi ini mencerminkan adanya kecenderungan kepemilikan saham yang cukup terkonsentrasi pada beberapa perusahaan, yang secara teoritis dapat membuka peluang lebih besar bagi pemegang saham mayoritas untuk melakukan pengalihan kekayaan melalui praktik *transfer pricing*.

Sebelum dilakukan pengujian regresi, analisis deskriptif menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki variasi yang memadai, baik pada variabel independen maupun dependen. Temuan ini mendukung kelayakan penggunaan analisis regresi data panel, yang dipilih berdasarkan karakteristik data berupa kombinasi antara data lintas waktu dan lintas entitas (*time series* dan *cross section*). Untuk memastikan validitas estimasi, data juga telah melalui uji asumsi klasik dan uji pemilihan model yaitu uji *chow* dan uji *hausman*. Berikut adalah hasil uji regresi data panel:

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Data Panel**

| <b>Variabel<br/>Indipenden</b> | <b>Koefisien<br/>Regresi</b> | <b>T-Statistik</b> | <b>Signifikansi<br/>(Sig.)</b> | <b>Keterangan</b>   |
|--------------------------------|------------------------------|--------------------|--------------------------------|---------------------|
| Pajak (ETR)                    | -0,2831                      | 1,571997           | 0,1272                         | Tidak<br>Signifikan |
| Mekanisme Bonus                | 0,0170                       | 0,847953           | 0,4037                         | Tidak<br>Signifikan |
| <i>Tunneling Incentive</i>     | 0,8139                       | 2,411645           | 0,0227                         | <b>Signifikan</b>   |
| Konstanta                      | 0,2103                       |                    |                                |                     |
| <i>R-Squared</i>               | 0,273309                     |                    |                                |                     |
| <i>Adjusted R-Squared</i>      | 0,195449                     |                    |                                |                     |
| F Statistik                    | 3,510266                     |                    |                                |                     |
| Prob (F-Statistik)             | 0,028090                     |                    |                                |                     |

**Sumber : Output Eviews, 2024**

Tabel 3 tersebut menyajikan hasil uji regresi panel yang menjadi dasar untuk menerima atau menolak hipotesis penelitian. Hipotesis pertama (H1), yaitu pengaruh pajak terhadap *transfer pricing*, menunjukkan koefisien negatif sebesar -0,2831 dengan nilai signifikansi 0,1272. Karena nilai signifikansi melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*. Hal ini mengindikasikan bahwa besaran pajak yang ditanggung perusahaan tidak secara langsung memengaruhi kecenderungan perusahaan dalam melakukan praktik *transfer pricing* pada perusahaan yang tergabung dalam indeks syariah. Salah satu kemungkinan penyebabnya adalah karakteristik perusahaan syariah menjunjung tinggi prinsip etika, transparansi dan kepatuhan hukum. Selain itu, regulasi perpajakan yang ketat di Indonesia mungkin juga berperan dalam membatasi ruang gerak perusahaan untuk mengoptimalkan beban pajak melalui *transfer pricing*.

Menariknya, koefisien regresi variabel pajak yang negatif (-0,2831) meskipun tidak signifikan, mengindikasikan bahwa jika signifikan, maka semakin tinggi beban pajak justru akan menurunkan kecenderungan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Hal ini bertentangan dengan dugaan umum dan mungkin mencerminkan karakteristik perusahaan syariah yang lebih menjunjung prinsip kepatuhan dan etika perpajakan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Evi, (2023) yang menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun hasil ini berbeda dengan penelitian Osho & Ogedengbe, (2023), Rafiqah et al., (2022) yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Semakin tinggi tarif pajak, semakin besar insentif perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Selanjutnya, hipotesis kedua (H2) terkait variabel mekanisme bonus juga menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Berdasarkan hasil statistik, variabel mekanisme bonus memiliki koefisien regresi sebesar 0,0170 dengan nilai signifikansi 0,4037. Hasil ini mengindikasikan bahwa besaran bonus manajerial tidak menjadi pendorong utama dalam pengambilan keputusan *transfer pricing*. Hal ini diduga karena sistem bonus yang diterapkan lebih berorientasi pada kinerja jangka panjang daripada hasil jangka pendek. Hasil penelitian ini berbeda dengan Farkhah Elfa et al., (2022), Purnomo et al., (2021), Sulistyowati & Kananto, (2019) yang menyatakan bahwa bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Mineri & Paramitha, (2021) menunjukkan bahwa jika bonus dirancang secara adil dan berbasis kinerja jangka panjang maka tidak akan mendorong praktik manipulasi seperti *transfer pricing*.

Berbeda dari dua variabel sebelumnya, hipotesis ketiga (H3) mengenai variabel *tunneling incentive* terbukti berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Variabel *tunneling incentive* menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,8139 dengan nilai signifikansi 0,0227. Semakin besar kepemilikan pengendali (mayoritas), maka kecenderungan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* juga meningkat. Hal ini karena pemegang saham mayoritas memiliki kekuatan untuk mengalihkan laba ke entitas afiliasi lain demi keuntungan pribadi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Murtanto & Bonita, (2021), Putri & Lindawati, (2023), Sujana et al., (2022) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dan berpotensi merugikan pemegang saham minoritas. Selain itu, studi oleh Choirunnisa et al., (2022) menegaskan bahwa ada hubungan positif antara *tunneling incentive* dan

*transfer pricing*. Berbeda dengan penelitian Abbas dkk., (2020), Yoo, (2022) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Nilai *R-squared* sebesar 0,2733 mengindikasikan bahwa ketiga variabel independen dalam model dapat menjelaskan sekitar 27,33% variasi keputusan *transfer pricing*, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model. Nilai Prob (F-statistik) sebesar 0,0280 menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan signifikan. Secara umum, hasil penelitian ini menegaskan bahwa praktik *transfer pricing* masih berpotensi terjadi di perusahaan berbasis syariah, terutama jika terdapat insentif ekonomi yang kuat seperti kepemilikan mayoritas. Namun demikian, insentif pajak dan bonus manajerial tidak secara langsung memotivasi praktik tersebut dalam konteks perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index*.

## Pembahasan

Hasil penelitian ini memberikan beberapa temuan penting dalam konteks pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan berbasis syariah. Pertama, tidak signifikannya pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* mengindikasikan bahwa besaran pajak yang ditanggung perusahaan tidak menjadi faktor utama dalam menentukan kebijakan *transfer pricing*. Temuan ini bertentangan dengan sebagian penelitian sebelumnya seperti yang dikemukakan oleh Muhajirin et al., (2021), Patriandari & Cahya, (2021), Tarmidi & Novitasari, (2022), yang menyimpulkan bahwa perusahaan cenderung melakukan *transfer pricing* untuk menurunkan beban pajak.

Namun hasil ini sejalan dengan Mineri & Paramitha, (2021) yang menyatakan bahwa efektivitas pajak sebagai pendorong praktik *transfer pricing* dapat berkurang jika perusahaan memiliki tingkat kepatuhan dan tata kelola yang tinggi. Dalam konteks perusahaan yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* (JII), kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah seperti keadilan, keterbukaan, dan tanggung jawab diyakini mampu mengurangi motivasi untuk menggunakan *transfer pricing* sebagai alat penghindaran pajak. Selain itu, pengawasan dari Dewan Pengawas Syariah juga menjadi faktor penekan terhadap potensi praktik manipulatif.

Kedua, mekanisme bonus juga tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik *transfer pricing*. Hal ini menunjukkan bahwa insentif berbasis laba yang diberikan kepada manajer tidak secara langsung mendorong mereka untuk melakukan manipulasi harga transfer demi memperoleh bonus yang lebih besar. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Mineri & Paramitha, (2021), Wijaya & Dharma, (2023), yang menemukan bahwa insentif manajerial dalam bentuk bonus tidak selalu menjadi pemicu utama manipulasi keuangan, khususnya dalam konteks perusahaan dengan tata kelola dan sistem pengendalian internal yang kuat.

Berbeda dengan penelitian Arifin et al., (2020) yang menemukan bahwa adanya bonus memicu praktik *transfer pricing*, studi ini menunjukkan bahwa dalam perusahaan berbasis syariah, nilai-nilai transparansi dan akuntabilitas berperan sebagai penghambat *moral hazard* dari pihak manajer. Dalam teori agensi, hasil ini mencerminkan bahwa potensi konflik kepentingan antara pemilik dan manajer dapat diminimalisir jika perusahaan memiliki sistem insentif yang selaras dengan nilai-nilai etis dan pengawasan yang efektif.

Ketiga, *tunneling incentive* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*. Temuan ini mendukung teori agensi, yang menyatakan bahwa ketika kepemilikan perusahaan terkonsentrasi pada pemegang saham mayoritas, maka terdapat kecenderungan untuk memanfaatkan posisi dominan tersebut guna melakukan praktik *tunneling* pengalihan kekayaan ke entitas terafiliasi yang dikendalikan secara pribadi (Mineri & Paramitha, 2021; Wijaya & Dharma, 2023). *Transfer pricing* sering kali menjadi instrumen strategis dalam pelaksanaan praktik ini.

Hasil ini konsisten dengan temuan Nazihah dkk., (2019), Sujana et al., (2022), yang menyatakan bahwa konsentrasi kepemilikan berkorelasi signifikan terhadap kecenderungan perusahaan melakukan transaksi afiliasi yang tidak wajar. Dalam konteks perusahaan syariah, hasil ini menjadi alarm bahwa meskipun perusahaan berlabel syariah, masih terdapat potensi penyalahgunaan kekuasaan oleh pemegang saham mayoritas untuk keuntungan pribadi melalui mekanisme *transfer pricing*.

Dari sudut pandang etika bisnis Islam, praktik *transfer pricing* yang dilakukan untuk kepentingan pribadi atau kelompok tertentu jelas bertentangan dengan prinsip-prinsip muamalah, seperti amanah, keadilan, maslahah, dan transparansi. Dalam Islam, setiap keputusan bisnis harus mempertimbangkan kemaslahatan bersama dan tidak boleh merugikan pihak lain termasuk pemegang saham minoritas, dan negara. Oleh karena itu, meskipun perusahaan tercatat dalam indeks syariah, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa prinsip-prinsip Islam belum sepenuhnya tercermin dalam praktik keuangan perusahaan, terutama dalam aspek strategi perpajakan dan kebijakan *transfer pricing*.

## SIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa pajak dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan yang tergabung dalam *Jakarta Islamic Index* (JII). Sementara itu, *tunneling incentive* terbukti berpengaruh positif, menunjukkan bahwa kepemilikan mayoritas mendorong perusahaan melakukan *transfer pricing* untuk kepentingan pribadi. Hasil ini mendukung teori agensi dan menekankan pentingnya tata kelola perusahaan yang kuat. Keterbatasan penelitian ini terletak pada ruang lingkup yang hanya mencakup perusahaan JII selama dua tahun, serta kendala data keuangan yang tidak seragam. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan perusahaan dan periode observasi, serta mempertimbangkan variabel lain seperti kepemilikan asing dan ukuran perusahaan guna memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Secara manajerial, hasil ini mengindikasikan perlunya penguatan sistem pengawasan internal dan audit independen, terutama untuk mencegah dominasi pemegang saham mayoritas dalam pengambilan keputusan strategis. Dari sisi kebijakan, regulator pasar modal dan otoritas syariah dapat meninjau ulang mekanisme pengawasan terhadap perusahaan syariah agar prinsip-prinsip etika dan transparansi benar-benar dijalankan secara substansial.

## DAFTAR PUSTAKA

Abbas, D. S., Eksandy, A., & Hidayat, I. (2020). The Effect of Corporate Social Responsibility, Voluntary Disclosure, Leverage, and Timeliness on Earnings

- Response Coefficient. *Journal of Business Management Review*, 1(6), 413–424. <https://doi.org/10.47153/jbmr16.762020>
- Abigail Rokot, G., & Luh Nadi (2024). Analysis of The Influence of Taxes, Tunnelling Incentives, and Exchange Rate on Transfer Pricing. *eCo-Fin*, 6(2), 405–413. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i2.1439>
- Amidu, M., Coffie, W., & Acquah, P. (2019). Transfer pricing, earnings management and tax avoidance of firms in Ghana. *Journal of Financial Crime*, 26(1), 235–259. <https://doi.org/10.1108/JFC-10-2017-0091>
- Amrie, F. (2020). *Kajian Yuridis Atas Praktek Transfer Pricing Oleh Korporasi*. CV.Adanu Abimata.
- Arifin, A., Saputra, A. A.-D., & Purbasari, H. (2020). Company Size, Profitability, Tax, and Good Corporate Governance On The Company's Decision To Transfer Pricing (Empirical Study on Manufacturing Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2015-2018 Period). *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 5(2), 141–150. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v5i2.12404>
- Azhar, A. H., & Setiawan, M. A. (2021). Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing: Pada Perusahaan Manufaktur, Perkebunan, dan Pertambangan. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 3(3), 687–704. <https://doi.org/10.24036/jea.v3i3.395>
- Butarbutar, R. (2017). *Hukum pajak Indonesia dan internasional*. Gramata Publishing.
- Choirunnisa, T. A., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Sriyanto, S. (2022). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Exchange Rate dan average Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 4(2), 144–161. <https://doi.org/10.55542/juiim.v4i2.399>
- Devi, N. P. A. L. K., & Noviari, N. (2022). Pengaruh Pajak dan Pemanfaatan Tax Haven pada Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi*, 32(5), 1175. <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i05.p05>
- Dewi, R. S., & Lingga, I. S. (2022). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Debt Covenant terhadap Penerapan Transfer Pricing sebagai Bentuk Penghindaran Pajak. PT.Djava Sinar Perkasa.
- Duryadi. (2021). *Metode Penelitian Ilmiah, Metode Penelitian Empiris Model Path Analisis Menggunakan SmartPLS*. Yayasan Prima Agus Teknik.
- Esa Agustin & Hari Stiawan. (2022). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus Dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Untuk Melakukan Transfer Pricing: (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020). *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 39–46. <https://doi.org/10.54259/akua.v1i1.254>
- Evi, T. (2023). A Analysis Of Factors Influencing Transfer Pricing. *Journal of Accounting Science*, 7(2). <https://doi.org/10.21070/jas.v7i2.1702>
- Farkhah Elfa, E., Ismaya Hasanudin, A., & Lestari, T. L. (2022). Transfer Pricing Policy: The Role of Taxes, Incentive Tunneling and Bonus Mechanism. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 1(6), 553–565. <https://doi.org/10.54408/jabter.v1i6.101>
- Herlina, H., & Murniati, S. (2023). Effect of Effective Tax Rate, Tunneling Incentive, and Bonus Mechanism on Transfer Pricing Decision. *Atestasi: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 6(2), 403–418. <https://doi.org/10.57178/atestasi.v6i2.696>

- Lesmono, B., & Siregar, S. (2021). Studi Literatur Tentang Agency Theory. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, 3(2), 203–210. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i2.1128>
- Mayzura, D., & Apriwenni, P. (2023). Pengaruh Exchange Rate, Multinationality, Dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 36–44. <https://doi.org/10.46806/ja.v12i1.982>
- Mineri, M. F., & Paramitha, M. (2021). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Analisa Akuntansi dan Perpajakan*, 5(1). <https://doi.org/10.25139/jaap.v5i1.3638>
- Moloi, T. (with Marwala, T.). (2020). *Artificial Intelligence in Economics and Finance Theories*. Springer International Publishing AG.
- Muhajirin, M. Y., Junaidi, A., Arif, M., & Pramukti, A. (2021). *Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia*. 4(2), 1–19.
- Murtanto, M., & Bonita, B. (2021). The Effect Of Tax Expense, Bonus Mechanism, And Tunneling Incentive To Transfer Pricing Decision With Profitability As A Moderating Variable. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 21(2), 293–308. <https://doi.org/10.25105/mraai.v21i2.10404>
- Nazihah, A., Azwardi, & Fuadah, L. L. (2019). The Effect Of Tax, Tunneling Incentive, Bonus Mechanisms, And Firm Size on Transfer Pricing (Indonesian Evidence). *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 5(1), 1–17. <https://doi.org/10.32602/jafas.2019.0>
- OECD. (2022). *OECD Transfer Pricing Guidelines for Multinational Enterprises and Tax Administrations 2022*. OECD. <https://doi.org/10.1787/0e655865-en>
- Osho, A. E., & Ogedengbe, F. F. (2023). Transfer Pricing, Social Factors and Financial Performance of Universal Companies in Nigeria. *International Journal Of Economics And Financial Management*, 7(5), 81–98. <https://doi.org/10.56201/ijefm.v7.no5.2022.pg81.98>
- Patriandari, P., & Cahya, M. (2021). Apakah Pajak, Mekanisme Bonus Dan Tunneling Incentive Dapat Mempengaruhi Praktik Transfer Pricing? *Akrual: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(2), 183–197. <https://doi.org/10.34005/akrual.v2i2.1287>
- Purnomo, T., Pristiwantiyasih, P., & Setyawan, M. A. (2021). The Effect Of Bonus Mechanism Tax And Tunneling Incentive On Indications Of Transfer Pricing In Manufacturing Companies Registered In Indonesia Stock Exchange For 2017-2019. *Media Mahardhika*, 19(3), 578–591. <https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.282>
- Putri, W. C., & Lindawati, L. (2023). Pengaruh Tax Minimization, Exchange Rate Dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Scientific Journal Of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 195–204. <https://doi.org/10.37481/sjr.v6i1.634>
- Rafiqah Asaff, N., Muh H. Yunus, Renaldi, Munawir,. (2022). Factor Supporting Companies Performing Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, 26(1), 76. <https://doi.org/10.24912/ja.v26i1.818>
- Saputra, G. (2023). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing Dengan Leverage Sebagai Variabel Moderasi (Stusi Empiris

- Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2017-2021). *Jurnal Literasi Akuntansi*, 3(1), 10-21. <https://doi.org/10.55587/jla.v3i1.88>
- Sujana, I. K., Suardikha, I. M. S., & Saraswati, G. A. R. S. (2022). Tax, Bonus Mechanism, Tunneling Incentive, Debt Covenant and Transfer Pricing in Multinational Companies. *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 63. <https://doi.org/10.24843/MATRIK:JMBK.2022.v16.i01.p05>
- Sulistiyowati, -, & Kananto, S. (2019). The Influences of Tax, Bonus Mechanism, Leverage and Company Size Through Company Decision on Transfer Pricing. *Proceedings of the 5th Annual International Conference on Accounting Research (AICAR 2018)*. Proceedings of the 5th Annual International Conference on Accounting Research (AICAR 2018), Manado, Indonesia. <https://doi.org/10.2991/aicar-18.2019.45>
- Suryarini, T., Mega Cahyaningrum, A., & Hidayah, R. (2020). The Effect of Tunneling Incentive to Transfer Pricing Decision with Tax Minimization As a Moderating Variable. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i6.6584>
- Tampubolon, K., & Farizi, Z. A. (2018). *Transfer Pricing & Cara Membuat TP Doc*. CV.Budi Utama.
- Tarmidi, D., & Novitasari, N. D. (2022). Transfer Pricing: Dampak Beban Pajak, Tunneling Incentive, Dan Profitabilitas. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis Krisnadwipayana*, 9(2), 691. <https://doi.org/10.35137/jabk.v9i2.658>
- Wijaya, S., & Dharma, U. B. (2023). Pengaruh Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Perusahaan Lq45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2021). *Jurnal Akuntansi*, 2(2).
- Yoo, J. S. (2022). The effects of transfer pricing regulations on multinational income shifting. *Routledge*, 29(3), 692-714. <https://doi.org/10.1080/16081625.2020.1741277>
- Zogning, F. (2022). Agency Theory: A Critical Review Agency Theory: A Critical Review. *European Journal of Business and Management*, 9(2), 1-8.