

Transfer Pricing dan Faktor-Faktor Pendorongnya: Bukti Empiris dari Perusahaan Consumer Non-Cyclicals di Indonesia

Supiningtyas Purwaningrum¹, Aprillia Sekar Ayuningtyas², Caecilia Widi Pratiwi³, Ary Natalina⁴

¹²³⁴Universitas Gunadarma, Fakultas Ekonomi, Akuntansi

*Korespondensi: asayuningtyas16@gmail.com

Article Info

Article history:

Received: 9 Juni 2025

Accepted: 24 Juni 2025

Published: 28 Juni 2025

Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh pajak, nilai tukar, insentif tunneling, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan Transfer Pricing pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan, variabel pajak, nilai tukar, insentif tunneling, dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Transfer Pricing. Namun, secara parsial, pajak dan insentif tunneling tidak berpengaruh signifikan, sedangkan nilai tukar dan ukuran perusahaan terbukti berpengaruh signifikan. Hasil tersebut menunjukkan pentingnya pengelolaan kebijakan Transfer Pricing yang efektif, dengan mempertimbangkan kondisi ekonomi dan karakteristik perusahaan untuk mengoptimalkan laba tanpa melanggar ketentuan perpajakan yang berlaku. Penelitian ini juga menyarankan perlunya pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik Transfer Pricing untuk mencegah potensi penghindaran pajak.

Kata Kunci: *Transfer Pricing, Pajak, Nilai Tukar, insentif tunneling, Ukuran Perusahaan, Sektor Consumer Non-Cyclicals*

PENDAHULUAN

Saat ini, pertumbuhan ekonomi global berkembang pesat seiring dengan pengaruh globalisasi yang mendorong kelancaran arus barang, jasa, modal, dan tenaga kerja lintas negara. Globalisasi turut mendorong munculnya perusahaan multinasional, yaitu perusahaan yang beroperasi di berbagai negara dan memiliki anak perusahaan di seluruh dunia. Pendirian anak perusahaan ini bertujuan untuk menghadapi persaingan global dan mengakses sumber daya yang terbatas. Dalam menjalankan operasinya, perusahaan multinasional sering melakukan transaksi internal antar entitas, seperti penjualan, pembelian bahan baku, penyediaan jasa, hak kekayaan intelektual, serta pinjaman internal. Untuk menyesuaikan dengan kondisi bisnis yang berbeda di setiap negara, perusahaan menggunakan teknik penetapan harga yang dikenal sebagai *Transfer Pricing*, yang bervariasi tergantung pada perusahaan, industri, dan negara, serta berdampak pada aspek sosial, ekonomi, dan politik perusahaan.

Keputusan perusahaan untuk melakukan praktik *Transfer Pricing* dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain perbedaan tarif pajak, tarif impor, nilai tukar mata uang, *tunneling*, dan mekanisme bonus. *Transfer Pricing* sendiri merupakan mekanisme penetapan harga atas transaksi barang, jasa, atau aset tak berwujud antar entitas dalam satu grup perusahaan multinasional. Praktik ini menjadi sorotan karena dapat disalahgunakan untuk mengalihkan keuntungan ke negara dengan tarif pajak lebih rendah, yang pada akhirnya berdampak pada penurunan penerimaan pajak di negara asal. Oleh karena itu, regulasi yang ketat diperlukan agar praktik ini tidak digunakan sebagai sarana penghindaran pajak (Purwanto dan Tumewu, 2018; Darussalam dalam Purwanto dan Tumewu, 2018).

Pajak merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi keputusan *Transfer Pricing*. Perusahaan cenderung melakukan *Transfer Pricing* untuk mengalihkan keuntungan ke negara dengan tarif pajak rendah demi meminimalkan beban pajak. Namun, temuan penelitian terkait pengaruh pajak terhadap *Transfer Pricing* menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa peneliti seperti Saraswati dan Sujana (2017), serta Cledy dan Amin (2020) menemukan adanya pengaruh signifikan, sementara penelitian oleh Hidayat, Winarso, dan Hendrawan (2019), serta Mineri dan Paramitha (2021) menunjukkan hasil sebaliknya. Perbedaan ini menjadi alasan bagi penelitian ini untuk menguji kembali hubungan antara pajak dan keputusan *Transfer Pricing*.

Selain pajak, *Exchange rate* atau nilai tukar mata uang juga menjadi faktor penting karena perusahaan multinasional terlibat dalam transaksi lintas negara yang melibatkan berbagai mata uang. Fluktuasi nilai tukar dapat mempengaruhi biaya, pendapatan, dan laba perusahaan, sehingga mendorong perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing* demi menjaga stabilitas keuangan (Cahyadi dan Noviari, 2018). Beberapa penelitian menunjukkan adanya pengaruh *exchange rate* terhadap *Transfer Pricing* (Adha dan Widajantie, 2023), sementara penelitian lain seperti oleh Adelia dan Santioso (2021), serta Makhmudah dan Djohar (2023), tidak menemukan pengaruh yang signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini kembali menguji dampak *exchange rate* terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Selanjutnya, *Tunneling Incentive* atau insentif pengalihan aset dari perusahaan anak ke induk oleh pemegang saham mayoritas juga menjadi pertimbangan dalam praktik *Transfer Pricing*. Di Indonesia, kepemilikan perusahaan yang terkonsentrasi memungkinkan terjadinya konflik keagenan, di mana pemegang saham mayoritas dapat mengambil keuntungan pribadi melalui transaksi tidak wajar, seperti penjualan aset

dengan harga rendah atau penundaan pembagian dividen. Tindakan ini berpotensi merugikan pemegang saham minoritas (Purwanto dan Tumewu, 2018). Beberapa studi (Saraswati dan Sujana, 2017; Hidayat et al., 2019; Mineri dan Paramitha, 2021) menemukan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, sementara Khotimah (2018) menemukan sebaliknya. Maka dari itu, variabel ini kembali diuji dalam penelitian ini.

Terakhir, ukuran perusahaan juga menjadi determinan penting dalam keputusan *Transfer Pricing*. Perusahaan besar yang memiliki aset dan arus kas besar cenderung memiliki kapasitas dan insentif yang lebih tinggi untuk mengelola laba, termasuk melalui strategi *Transfer Pricing*. Perusahaan dengan ukuran besar umumnya juga memiliki struktur organisasi dan jaringan global yang memudahkan pelaksanaan praktik tersebut. Penelitian sebelumnya juga menunjukkan hasil yang beragam; Khotimah (2018) menemukan pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap *Transfer Pricing*, sedangkan Adelia dan Santioso (2021) tidak menemukan pengaruh yang berarti. Hal ini mendorong penelitian ini untuk kembali mengkaji pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

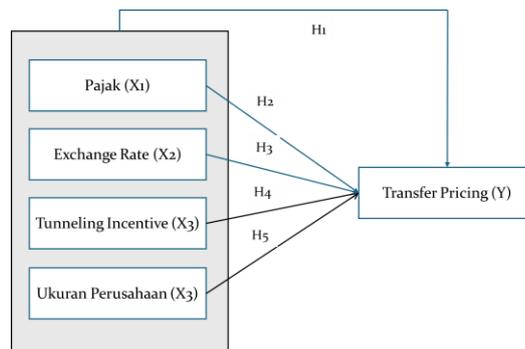
Secara keseluruhan, keempat variabel tersebut—pajak, nilai tukar, *Tunneling Incentive*, dan ukuran perusahaan—masing-masing memiliki peran potensial dalam memengaruhi keputusan *Transfer Pricing*. Perbedaan hasil penelitian sebelumnya menunjukkan adanya kebutuhan untuk menguji ulang hubungan-hubungan tersebut dalam konteks yang lebih spesifik dan relevan. Salah satu konteks yang menarik untuk dikaji lebih lanjut adalah perusahaan yang bergerak di sektor Consumer Non-Cyclicals, mengingat karakteristik bisnisnya yang unik dan kompleks.

Sektor *Consumer Non-Cyclicals* memegang peranan penting dalam perekonomian karena memproduksi kebutuhan pokok yang selalu dibutuhkan oleh masyarakat. Sub-sektor seperti food and beverage, food and staples retailing, tobacco, serta nondurable household products menunjukkan tingkat aktivitas operasional yang tinggi dan kompleksitas bisnis yang besar, termasuk dalam hal pengelolaan modal kerja dan strategi profitabilitas. Tingginya volume penjualan dan kontribusi sektor ini terhadap pertumbuhan ekonomi menjadikannya rentan terhadap praktik-praktik optimalisasi keuntungan, seperti *Transfer Pricing*. Oleh karena itu, penting untuk meneliti kembali pengaruh pajak, nilai tukar, *Tunneling Incentive*, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan *Transfer Pricing* dalam sektor ini, khususnya pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019–2023.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah variabel-variabel yang diduga memengaruhi keputusan *Transfer Pricing*, yaitu pajak, nilai tukar (*exchange rate*), *Tunneling Incentive*, dan ukuran perusahaan. Penelitian ini difokuskan pada perusahaan yang termasuk dalam Sektor *Consumer Non-Cyclicals* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019–2023. Pemilihan sektor ini dilakukan karena karakteristiknya yang strategis, yakni memproduksi kebutuhan pokok masyarakat dan memiliki intensitas kegiatan bisnis yang tinggi, sehingga relevan untuk dianalisis dalam konteks *Transfer Pricing*. Model penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

Hipotesis penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

- Hipotesis 1: Pajak, *Exchange rate*, *Tunneling Incentive*, Ukuran Perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*
- Hipotesis 2: Pajak berpengaruh secara parsial terhadap *Transfer Pricing*
- Hipotesis 3: *Exchange rate* berpengaruh secara parsial terhadap *Transfer Pricing*
- Hipotesis 4: *Tunneling Incentive* berpengaruh secara parsial terhadap *Transfer Pricing*
- Hipotesis 5: Ukuran Perusahaan berpengaruh secara parsial terhadap *Transfer Pricing*

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di BEI pada periode 2019–2023. Untuk menentukan sampel, digunakan metode purposive sampling, yakni teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria tersebut antara lain: (1) perusahaan aktif dan terdaftar selama periode pengamatan, (2) secara konsisten mempublikasikan laporan keuangan lengkap selama 2019–2023 di situs BEI, serta (3) memiliki kepemilikan saham asing minimal 20%, sesuai dengan ketentuan PSAK 228 tentang pengendalian saham.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, berupa angka-angka dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Sumber data yang digunakan bersifat sekunder, yakni data yang diperoleh secara tidak langsung dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan website resmi masing-masing perusahaan.

Pengumpulan data dilakukan melalui dua metode. Pertama, studi kepustakaan untuk memperoleh landasan teori dan pemahaman mendalam dari buku, jurnal ilmiah, serta hasil penelitian terdahulu. Kedua, studi dokumentasi dengan mengunduh dan mengolah laporan keuangan perusahaan dari sumber daring yang valid.

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri atas dua jenis. Variabel dependen adalah *Transfer Pricing*, yaitu keputusan strategis perusahaan dalam menetapkan harga antar entitas usaha dalam grup. Sementara itu, variabel independen meliputi pajak, *exchange rate* (nilai tukar), *Tunneling Incentive*, dan ukuran perusahaan, yang masing-masing diasumsikan memiliki pengaruh terhadap kebijakan *Transfer Pricing* yang diambil perusahaan. Tabel berikut menguraikan selebih detail tentang variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Transfer Pricing/TP (Y)	Persentase piutang perusahaan yang berasal dari transaksi dengan pihak berelasi (misalnya, perusahaan afiliasi atau anak perusahaan). Semakin tinggi persentase ini, semakin besar proporsi piutang yang terkait dengan <i>Transfer Pricing</i> . (Setiawan, 2014)	$TP = \frac{\text{Piutang transaksi pihak berelasi}}{\text{Total Piutang}} \times 100\%$ (Handayani, Murniati, 2023)	Rasio
Pajak (X1)	Effective Tax Rate/ETR menunjukkan persentase pendapatan perusahaan yang dibayarkan sebagai pajak. Semakin tinggi persentase ini, semakin besar proporsi pendapatan yang digunakan untuk membayar pajak. Sebaliknya, semakin rendah persentase ini, semakin kecil bagian pendapatan yang dibayarkan sebagai pajak.	$ETR = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Pendapatan sebelum Pajak}} \times 100\%$ (Putri dan Febrianty 2016)	Rasio
Exchange Rate/ ER (X2)	Persentase pengaruh laba atau rugi selisih kurs terhadap laba atau rugi sebelum pajak perusahaan. Semakin tinggi laba rugi selisih kurs, maka semakin tinggi pula <i>Exchange Rate</i> . Begitu sebaliknya, semakin rendah laba rugi selisih kurs, maka semakin rendah pula <i>Exchange Rate</i> . (Marfuah dan Azizah, 2014)	$ER = \frac{\text{Laba Rugi Selisih Kurs}}{\text{Laba Rugi sebelum Pajak}} \times 100\%$	Rasio
Tunneling Incentive/TI (X3)	Menunjukkan persentase saham perusahaan yang dimiliki oleh pihak asing. Semakin tinggi persentase ini, semakin besar dorongan bagi pemilik asing untuk melakukan tunneling, yaitu pengalihan sumber daya dari perusahaan untuk keuntungan pribadi mereka. Sebaliknya, semakin rendah persentase ini, semakin kecil dorongan bagi pemilik asing untuk melakukan tunneling.	$TI = \frac{\text{Kepemilikan Asing}}{\text{Total Saham yang Beredar}} \times 100\%$ (PSAK 228)	Rasio
Ukuran Perusahaan/UP (X4)	Ukuran perusahaan diprosikan dengan menggunakan Log Natural Total Aset dengan tujuan agar mengurangi fluktuasi data yang berlebih. Dengan menggunakan log natural, jumlah aset akan disederhanakan, tanpa mengubah proporsi dari jumlah aset yang sesungguhnya. (Murhadi, 2013)	$UP = \ln(\text{Total Aset})$	Rasio

3. Teknik Analisis Data

Tahap analisis data, dilakukan melalui beberapa langkah penting dilakukan, seperti mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data, menyajikan data tiap variabel yang akan diteliti, serta melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2017). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan bantuan program Statistical Package for Social Sciences (SPSS) versi 25. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

Sebagai langkah awal, dilakukan statistik deskriptif untuk memberikan gambaran tentang data, yang meliputi ukuran-ukuran seperti rata-rata (mean), standar deviasi, varian, serta nilai maksimum dan minimum. Statistik deskriptif biasanya digunakan untuk menggambarkan profil data sampel sebelum melanjutkan ke pengujian hipotesis dengan teknik analisis statistik lebih lanjut (Ghozali, 2018).

Sebelum melanjutkan ke analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan bahwa koefisien regresi tidak bias, konsisten, dan akurat. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Uji normalitas bertujuan untuk memeriksa apakah distribusi residual dalam model regresi adalah normal, yang dapat diuji menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi < 0.05 , data tidak terdistribusi normal. Uji multikolinieritas dilakukan untuk memeriksa adanya korelasi antar variabel independen dalam model regresi. Multikolinieritas terdeteksi jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) ≥ 10 atau Tolerance ≤ 0.10 . Sementara itu, uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pada periode t dan $t-1$, yang diuji dengan menggunakan uji run test. Jika nilai signifikansi Asymp. < 0.05 , menunjukkan adanya autokorelasi dalam data. Uji heteroskedastisitas menguji apakah ada ketidaksamaan variansi residual antar pengamatan, yang dapat dilihat melalui pola pada scatterplot. Pola yang tidak teratur menunjukkan tidak adanya heteroskedastisitas, sementara pola teratur menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

Setelah memastikan asumsi klasik terpenuhi, analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, persamaan regresi linier berganda melibatkan variabel pajak, kurs, insentif tunneling, dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen yang mempengaruhi *Transfer Pricing* sebagai variabel dependen.

Untuk menguji hipotesis yang diajukan, dilakukan beberapa uji statistik. Uji signifikansi simultan (Uji F) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen. Uji parsial (Uji t) digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi menjelaskan variasi pada variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pada perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Sektor ini dipilih karena rawan melakukan praktik *Transfer Pricing*, khususnya pada perusahaan multinasional. Penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh variabel Pajak, *Exchange rate*, *Tunneling Incentive*, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing*.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan di sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023. Sampel dipilih berdasarkan kelengkapan data yang tersedia. Dari 146 perusahaan yang terdaftar selama periode tersebut, setelah seleksi berdasarkan kriteria—termasuk perusahaan yang mempublikasikan laporan keuangan selama 5 tahun berturut-turut dan memiliki lebih dari 20% kepemilikan asing—diperoleh 6 perusahaan yang memenuhi kriteria, dengan total 30 data sampel untuk analisis.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan perusahaan Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023.

2. Analisis Temuan Data Penelitian

2.1 Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data yang diteliti dengan menggambarkan jumlah sampel, nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi dari setiap variabel penelitian. Berdasarkan hasil analisis, *Transfer Pricing* memiliki nilai minimum sebesar 0.063 dan maksimum 98.863, dengan rata-rata 41.39897 dan standar deviasi 30.567493. Pajak memiliki nilai minimum 0.020 dan maksimum 32.536, dengan rata-rata 21.19397 dan standar deviasi 8.351032. *Exchange rate* mencatatkan nilai minimum sebesar 0.018 dan maksimum 25.901, dengan rata-rata 3.91770 dan standar deviasi 5.751827. *Tunneling Incentive* memiliki nilai minimum 20.550 dan maksimum 59.908, dengan rata-rata 37.25100 dan standar deviasi 11.346784. Ukuran perusahaan memiliki nilai minimum 28.717 dan maksimum 32.860, dengan rata-rata 29.97047 dan standar deviasi 1.391962. Secara keseluruhan, data menunjukkan bahwa sebagian besar variabel tidak memiliki perbedaan yang signifikan antar perusahaan, kecuali untuk *exchange rate* yang memiliki standar deviasi lebih besar dari rata-ratanya. Hal ini menunjukkan adanya ketimpangan besar antar perusahaan terkait nilai tukar, yang bisa disebabkan oleh faktor lokasi geografis atau ketergantungan pada pasar internasional. Variabel lain, seperti pajak dan *Tunneling Incentive*, menunjukkan variasi yang lebih terkontrol, sementara ukuran perusahaan cenderung seragam di antara perusahaan-perusahaan dalam sampel penelitian ini.

2.2 Uji Asumsi Klasik

Tujuan dari uji asumsi klasik adalah untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bias, dan konsisten. Pengujian yang dilakukan meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi.

Tabel 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

No	Jenis Uji	Kriteria Hasil	Hasil Pengujian	Kesimpulan
1.	Normalitas	Asymp. Sig. > 0,05	Data terdistribusi normal (Kolmogorov-Smirnov)	Memenuhi
2.	Multikolinieritas	Tolerance > 0,10, VIF < 10	Tidak ada korelasi antar variabel independen	Memenuhi
3.	Heteroskedastisitas	Titik-titik menyebar merata	Tidak ada pola pada scatterplot	Memenuhi
4.	Autokorelasi	Asymp. Sig. > 0,05	Tidak ada autokorelasi (run test)	Memenuhi

Secara keseluruhan, hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa data memenuhi semua kriteria yang diperlukan, sehingga penelitian ini dapat melanjutkan ke tahap uji berikutnya.

3. Hasil Analisis Data Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, uji hipotesis dilakukan menggunakan uji F dan uji t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap *Transfer Pricing*. Sebelum melakukan uji F dan t, sebelumnya akan diuraikan tentang persamaan regresi linier berganda Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, yakni *Transfer Pricing*. Dalam penelitian ini, variabel independen yang diuji terdiri dari Pajak, *Exchange rate*, *Tunneling Incentive*, dan Ukuran Perusahaan. Berdasarkan hasil uji regresi, diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Transfer Pricing} = 270.343 - 0.369 \text{ Pajak} - 0.974 \text{ Exchange rate} - 0.041 \text{ Tunneling Incentive} - 7.199 \text{ Ukuran Perusahaan} + e$$

Dari persamaan regresi ini, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel independen memiliki hubungan negatif terhadap *Transfer Pricing*. Artinya, semakin tinggi nilai Pajak, *Exchange rate*, *Tunneling Incentive*, dan Ukuran Perusahaan, semakin rendah kecenderungan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*.

Untuk memahami lebih dalam hubungan antara variabel-variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen, langkah selanjutnya adalah menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen. Oleh karena itu, uji hipotesis dilakukan untuk menguji apakah variabel-variabel tersebut secara signifikan mempengaruhi variabel dependen, baik secara simultan maupun parsial dan disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis dan Koefisien Determinan

Tahap Uji	Tujuan	Hasil	Kesimpulan
Persamaan Regresi	Menunjukkan hubungan matematis variabel independen dan dependen	<i>Transfer Pricing</i> = 270.343 – 0.369 Pajak – 0.974 <i>Exchange rate</i> – 0.041 <i>Tunneling Incentive</i> – 7.199 Ukuran Perusahaan + e	Semua variabel memiliki hubungan negatif terhadap <i>Transfer Pricing</i>
Uji F (Simultan)	Menguji pengaruh bersama-sama semua variabel independen	p-value = 0.002 (< 0.05)	Pajak, <i>Exchange rate</i> , <i>Tunneling Incentive</i> , dan Ukuran Perusahaan secara bersama berpengaruh signifikan
Uji t (Parsial)	Menguji pengaruh masing-masing variabel independen	<i>Transfer Pricing</i> p-value sebesar 0.286 (> 0.05), <i>Exchange rate</i> nilai p-value 0.040 (< 0.05), <i>Tunneling Incentive</i> nilai p-value-nya sebesar 0.869 (> 0.05), Ukuran Perusahaan nilai p-value 0.002 (< 0.05).	Berpengaruh: <i>Exchange rate</i> dan Ukuran Perusahaan Tidak Berpengaruh: Pajak dan <i>Tunneling Incentive</i>

Tahap Uji	Tujuan	Hasil	Kesimpulan
Koefisien Determinasi	Mengukur proporsi variasi <i>Transfer Pricing</i> yang dijelaskan variabel independen	Adjusted R ² = 0.395 (39.5%)	Variabel independen menjelaskan 39.5% variasi <i>Transfer Pricing</i> ; 60.5% dipengaruhi faktor lain

3.1. Analisis Faktor Keputusan *Transfer Pricing*

Berdasarkan hasil analisis statistik, ditemukan bahwa **Pajak, Exchange rate, Tunneling Incentive, dan Ukuran Perusahaan** memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing* secara simultan. Nilai Adjusted R Square sebesar 0.395 atau 39.5% menunjukkan bahwa variabel-variabel independen ini mampu menjelaskan sekitar 39.5% dari variasi pada *Transfer Pricing*, sementara sisanya 60.5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini, seperti profitabilitas, leverage, mekanisme bonus, dan *debt covenant*. Penerapan *Transfer Pricing* dalam perusahaan multinasional yang tergabung dalam satu entitas cenderung menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang tidak menerapkannya. Keputusan *Transfer Pricing* dipengaruhi oleh faktor ekonomi seperti efisiensi dalam alokasi sumber daya dan optimasi pajak.

Perusahaan yang mengimplementasikan *Transfer Pricing* secara efektif dapat mengurangi beban pajak dan meningkatkan efisiensi operasional, yang mendorong perusahaan untuk mengadopsi kebijakan ini, baik di tingkat nasional maupun internasional. Penelitian ini juga mendukung teori keagenan, yang menjelaskan adanya kontrak antara pemegang saham (principal) dan manajemen (agent), di mana asimetri informasi seringkali memicu manajer untuk mengambil keputusan *Transfer Pricing* yang lebih menguntungkan bagi kepentingan pribadi mereka daripada kepentingan pemegang saham. Oleh karena itu, diperlukan pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah untuk mengurangi penyalahgunaan kebijakan *Transfer Pricing* dan memastikan bahwa sistem perpajakan dijalankan secara adil dan transparan. Manajemen perusahaan juga harus memperhatikan tanggung jawab etika dalam menjalankan perusahaan sesuai dengan peraturan yang ada agar menciptakan keadilan bagi pemegang saham.

3.2. Analisis Pajak Pada Keputusan *Transfer Pricing*

Pajak menunjukkan koefisien regresi negatif dengan nilai signifikansi 0.286, yang lebih besar dari 0.05. Ini berarti hipotesis yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*, tidak diterima. Nilai beta negatif sebesar -0.369 menunjukkan bahwa peningkatan pajak akan mengurangi kecenderungan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Hasil ini mengindikasikan bahwa pajak tidak mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*. Hal ini disebabkan oleh fokus perusahaan pada perencanaan pajak yang sesuai dengan peraturan yang berlaku, yang bertujuan meminimalkan kewajiban pajak secara sah. Selain itu, stabilitas ekonomi dan efisiensi operasional perusahaan memungkinkan mereka untuk meraih keuntungan tanpa harus bergantung pada *Transfer Pricing* untuk mengurangi pajak. Perusahaan lebih cenderung fokus pada pertumbuhan dan

pemenuhan kewajiban pajak daripada mengambil risiko terkait penyalahgunaan *Transfer Pricing*.

Pemerintah seringkali menganggap *Transfer Pricing* sebagai cara untuk menghindari pajak, yang mendorong pengawasan lebih ketat. Untuk mencegah penyalahgunaan *Transfer Pricing*, pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 172 Tahun 2023 yang mewajibkan perusahaan untuk menyertakan dokumen khusus dalam laporan pajak terkait transaksi dengan pihak berhubungan. Peraturan ini bertujuan untuk memastikan transparansi dan kepatuhan. Penelitian ini sejalan dengan temuan Hidayat, Winarso, dan Hendrawan (2019) serta Mineri dan Paramitha (2021), yang menyatakan pajak tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, meskipun bertentangan dengan penelitian Saraswati dan Sujana (2017) dan Cledy dan Amin (2020), yang menunjukkan bahwa *Transfer Pricing* digunakan untuk mengurangi beban pajak.

3.3. Analisis Exchange rate Pada Keputusan *Transfer Pricing*

Exchange rate memiliki koefisien regresi negatif dengan nilai signifikansi 0.040, yang lebih kecil dari 0.05, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *Exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* diterima. Koefisien beta yang dihasilkan sebesar -0.974 menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai tukar mata uang, semakin rendah kecenderungan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Hasil ini mengindikasikan bahwa *Exchange rate* mempengaruhi keputusan perusahaan dalam menggunakan *Transfer Pricing*. Besarnya nilai tukar mata uang dapat memengaruhi keputusan perusahaan apakah akan melakukan transaksi *Transfer Pricing* atau tidak. Ketika nilai tukar tinggi, perusahaan mungkin enggan menggunakan *Transfer Pricing* karena risiko fluktuasi nilai tukar yang besar. Ketidakstabilan yang terjadi saat nilai tukar tinggi membuat perusahaan lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan terkait *Transfer Pricing*, mengingat potensi kerugian yang tidak terduga. Oleh karena itu, perusahaan lebih memilih untuk menghindari praktik *Transfer Pricing* dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil dengan fluktuasi nilai tukar yang tinggi.

Perusahaan multinasional tidak hanya mengandalkan *Transfer Pricing* untuk mengelola risiko nilai tukar, namun juga dapat menggunakan metode lain, seperti kontrak derivatif atau hedging, untuk mengurangi dampak negatif fluktuasi nilai tukar. Pendekatan ini memungkinkan perusahaan untuk mengatur keuangan mereka tanpa harus bergantung sepenuhnya pada *Transfer Pricing*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Adha dan Widajantie (2023), yang menyatakan bahwa *Exchange rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*, namun bertentangan dengan penelitian Adelia dan Santioso (2021) serta Makhmudah dan Djohar (2023), yang menemukan bahwa *Exchange rate* tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

3.4. Analisis Tunneling Incentive Pada Keputusan *Transfer Pricing*

Tunneling Incentive menunjukkan koefisien regresi negatif dengan nilai signifikansi 0.869, yang lebih besar dari 0.05, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* ditolak. Koefisien beta negatif sebesar -0.041 mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat *Tunneling Incentive*, semakin rendah kecenderungan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Hasil ini menunjukkan bahwa *Tunneling Incentive* tidak mempengaruhi keputusan perusahaan terkait *Transfer Pricing*. Meskipun pemegang

saham mayoritas memiliki kontrol yang signifikan, perusahaan tidak selalu terdorong untuk menggunakan *Transfer Pricing*. Hal ini dapat disebabkan oleh faktor-faktor seperti pengawasan yang ketat dari regulator dan transparansi yang lebih baik dalam laporan keuangan, yang mengurangi peluang terjadinya penyimpangan atau manipulasi.

Dalam pasar yang kompetitif, perusahaan lebih fokus pada efisiensi operasional dan transparansi untuk tetap bersaing, sementara pengawasan ketat dari investor dan regulator mendorong perusahaan untuk lebih mengutamakan stabilitas jangka panjang daripada terlibat dalam praktik-praktik berisiko seperti tunneling. Etika dan komitmen manajemen juga berperan penting, karena pemegang saham mayoritas lebih cenderung fokus pada pertumbuhan jangka panjang dan menjaga reputasi perusahaan. Hasil ini sesuai dengan penelitian Khotimah (2018) yang menemukan bahwa *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*. Namun, temuan ini bertentangan dengan penelitian Saraswati dan Sujana (2017), yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* memiliki pengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

3.5. Analisis Ukuran Perusahaan Pada Keputusan *Transfer Pricing*

Ukuran perusahaan memiliki koefisien regresi negatif dengan nilai signifikansi sebesar 0.002, yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, hipotesis yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi keputusan *Transfer Pricing* diterima. Koefisien beta yang dihasilkan adalah -7.199, yang berarti bahwa semakin besar ukuran perusahaan, semakin rendah kecenderungan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Hasil ini mengindikasikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan besar dengan aset yang lebih banyak umumnya lebih stabil secara finansial. Mereka cenderung memiliki arus kas yang kuat, prospek jangka panjang yang baik, dan kapasitas lebih besar untuk menghasilkan keuntungan. Perusahaan besar dapat mengelola risiko dan keuntungan lebih efektif tanpa mengandalkan *Transfer Pricing*. Stabilitas finansial dan skala operasi yang besar memungkinkan mereka meraih keuntungan lebih optimal melalui pengelolaan sumber daya yang efisien, bukan dengan praktik *Transfer Pricing*.

Perusahaan kecil cenderung menggunakan *Transfer Pricing* untuk tujuan tertentu, seperti memperbaiki laporan keuangan atau meningkatkan citra di mata investor dan kreditur. Mengingat perusahaan kecil mungkin menghadapi kesulitan dalam mengelola stabilitas keuangan dan arus kas, mereka sering memanfaatkan *Transfer Pricing* untuk menutupi kekurangan atau meningkatkan citra finansial mereka. Oleh karena itu, ukuran perusahaan dapat mempengaruhi keputusan penggunaan *Transfer Pricing* sebagai bagian dari strategi keuangan perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Khotimah (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi *Transfer Pricing*. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Adelia dan Santioso (2021), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian mengenai pengaruh Pajak, *Exchange rate*, *Tunneling Incentive*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023, dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama, Pajak, *Exchange*

rate, *Tunneling Incentive*, dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan sektor ini. Dan secara parsial, Pajak dan *Tunneling Incentive* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing*, sementara *Exchange rate* dan Ukuran Perusahaan terbukti berpengaruh secara parsial terhadap keputusan *Transfer Pricing* pada perusahaan sektor tersebut.

Pengaruh negatif signifikan dari *Exchange rate* menunjukkan bahwa fluktuasi nilai tukar yang tinggi mendorong perusahaan untuk mengurangi praktik *transfer pricing*, kemungkinan karena risiko transaksi lintas negara yang meningkat sehingga perusahaan lebih memilih strategi pengelolaan risiko lain seperti *hedging*. Pajak dan *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh signifikan secara parsial, yang dapat disebabkan oleh prioritas perusahaan pada kepatuhan pajak, efisiensi operasional, serta pengawasan dan transparansi yang membatasi peluang praktik *tunneling*. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan *transfer pricing* di sektor ini lebih dipengaruhi oleh faktor makroekonomi dan karakteristik perusahaan dibandingkan insentif pajak atau *tunneling* semata, serta mengindikasikan pentingnya pengawasan terhadap faktor eksternal lain yang belum terakomodasi dalam model penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, M., dan Santioso, L. (2021). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 3(2), 721-730.
- Adha, L. P. D., dan Widajantie, T. D. (2023). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Transfer Pricing Aggressiveness (Studi Kasus Consumer Goods Industry Di BEI 2017-2021). *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(1), 2401-2412.
- Ardiyos. 2016. Kamus Besar Akuntansi. Jakarta: Citra Harta Prima.
- Bursa Efek Indonesia. (2024). Laporan Keuangan dan Tahunan. www.idx.co.id. Diakses 16 Juni 2024.
- Cahyadi, A. S., dan Noviyari, N. (2018). Pengaruh Pajak, Exchange Rate, Profitabilitas, dan Leverage Pada Keputusan Melakukan Transfer Pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 1441-1473.
- Cledy, H., dan Amin, M. N. (2020). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(2), 247-264.
- Colgan, P. Mc. (2001). Agency Theory and Corporate Governance: A Review of the Literature from a UK Perspective. Working paper. University of Strathclyde at United Kingdom.
- Direktorat Jenderal Pajak.(2007). Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, L.K., & Murniati, M.P. (2023). Perbandingan Effective Tax Rate (ETR) dan Rasio Koreksi Fiskal terhadap Aset Sebagai Indikator Tax Avoidance. *Keunis*, 11(1), 1-12.

Hartati, W., dan Desmiyawati, N. A. (2014). Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi dan Investasi*, 18, 1-18.

Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Return On Equity dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Forum Ekonomi* (Vol. 21, No. 1, pp. 67-75).

Hidayat, W. W., Winarso, W., dan Hendrawan, D. (2019). Pengaruh Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Keputusan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2012-2017. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Manajemen*, 15(1), 49-59.

Ikatan Akuntansi Indonesia. (2022). Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan 228 Investasi pada Entitas Asosiasi dan Ventura Bersama.

Indriaswari, Y. N., dan Nita, R. A. (2017). The Influence of Tax, Tunneling Incentive, and Bonus Mechanisms on Transfer Pricing Decision in Manufacturing Companies. *The Indonesian Accounting Review*, 7(1), 69-78.

Khotimah, S. K. (2018). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan Perusahaan Dalam Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(12), 125-138.

Makhmudah, N. F., dan Djohar, C. (2023). Pengaruh Tax Minimization, Tarif Pajak Efektif, dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(2), 429-441.

Marfuah, M., dan Azizah, A. P. N. (2014). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Exchange Rate Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, 156-165.

Meirini, D. (2020). The effect of Corporate Governance and Reporting Quality on Firm Value. *Journal of Islamic Accounting*, 1(1), 1-16.

Meriam, A. (2019). Analisis Pengaruh Firm Size, Risiko Keuangan, dan Profitabilitas terhadap Risiko Bisnis pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia. *Dialektika*, 4(2), 39-49.

Mineri, M. F., dan Paramitha, M. (2021). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 35-44.

Mispiyanti. (2015). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Journal of Accounting and Investment*, 16(1), 62-74.

Nurasik, N., dan Dewi, S. R. (2018). Profesionalisme Dan Etika Profesi Sebagai Dasar Pertimbangan Tingkat Materialitas Akuntan Publik. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 2(2), 376-388.

Nurwati, N., Prastio, P., dan Kalbuana, N. (2021). Influence of Firms Size, Exchange Rate, Profitability and Tax Burden on Transfer Pricing. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(3), 2294-2307.

Panjalusman, P. A., Nugraha, E., dan Setiawan, A. (2018). Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Pendidikan Akuntansi & Keuangan*, 6(2), 105-114.

Peraturan Direktorat Jenderal Pajak Nomor PER-32/PJ/2011 tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha dalam Transaksi antara Wajib Pajak dengan Pihak yang Memiliki Hubungan Istimewa.

Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 172 Tahun 2023 Tentang Penerapan Prinsip Kewajaran dan Kelaziman Usaha Dalam Transaksi yang Dipengaruhi Hubungan Istimewa.

Pohan, C.A. (2018). *Pedoman Lengkap Pajak Internasional*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Purwanto, G. M., dan Tumewu, J. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 14(1), 47-56.

Purwono, H. (2010). *Dasar-Dasar Perpajakan dan Akuntansi Pajak*. Jakarta: Erlangga.

Putri, C. L., dan Lautania, M. F. (2016). Pengaruh Capital Intensity Ratio, Inventory Intensity Ratio, Ownership Structure dan Profitability Terhadap Effective Tax Rate (ETR) (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi*, 1(1), 101-119.

Raharjo, C. N. K., dan Fauzan. (2024). The Influence of Exchange Rate, Leverage, Intangible Assets and Tunneling Incentives on A Company's Decision To Conduct Transfer Pricing (Empirical Study of Manufacturing Companies Listed on the BEI 2019-2021). *Dinasti International Journal of Economics*, 5(2), 589-599.

Resmi, S. (2009). *Perpajakan: Teori dan Kasus*. Jakarta: Salemba Empat. Riyanto, B. 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE. Santosa, S. J. D., dan

Suzan, L. (2018). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016). *Kajian Akuntansi*, 19(1), 72-80.

Saraswati, G. A. R. S., dan Sujana, I. K. (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, dan Tunneling Incentive Pada Indikasi Melakukan Transfer Pricing. *E- Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(2), 1000-1029.

Setiawan, H. (2014). Transfer Pricing dan Resikonya Terhadap Penerimaan Negara. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689-1699. Suandy, E. 2016. *Perencanaan Pajak*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tania, C., dan Kurniawan, B. (2019). Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus dan Keputusan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 2(2), 82-86. Triyanto, D. N. 2020. Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, Dan Kepemilikan Asing Terhadap Indikasi Melakukan Transfer Pricing.

Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen, 9(2), 211-225. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Viviany, S. (2018). Viviany, S., Sari, R. N., dan Natariasari, R. (2018). Pengaruh Tarif Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus Dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Ekonomi*, 1(1), 1-15.

Yulia, A., Hayati, N., dan Daud, R. M. (2019). The Influence of Tax, Foreign Ownership and Company Size on the Application of Transfer Pricing in Manufacturing Companies Listed On IDX During 2013-2017. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 9(3), 175.

Yusuf, Y., dan Aziz, M. W. (2021). The Effect of Taxes, Foreign Ownership, and Company Size on Transfer Pricing. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 4(4), 9073-9084.