

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING* (STUDI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2020)

Febra Robiyanto

Zuliyati

Eria Novitasari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan melakukan transfer pricing yaitu pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, *exchange rate*, dan *leverage* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016-2020. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penentuan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 170. Penelitian ini menggunakan analisis regresi logistik. Data diolah dengan menggunakan program SPSS versi 23,0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pajak, mekanisme bonus, *exchange rate*, dan *leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*, sedangkan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

kata kunci: Pajak, Mekanisme Bonus, *Tunneling Incentive*, *Exchange Rate*, *Leverage* dan *Transfer Pricing*.

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the influence of the factors that influence the decision to transfer pricing, namely taxes, bonus mechanisms, tunneling incentives, exchange rates, and leverage on manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2016-2020. This type of research is quantitative research. Determination of the sample using purposive sampling method. The number of samples used in this study was 170. This study used logistic regression analysis. The data was processed using SPSS version 23.0. The results of the study show that taxes, bonus mechanisms, exchange rates, and leverage have a positive effect on transfer pricing, while tunneling incentives have no effect on transfer pricing.

keywords: Tax, Bonus Mechanism, *Tunneling Incentive*, *Exchange Rate*, *Leverage* and *Transfer Pricing*.

1. LATAR BELAKANG

Dengan adanya globalisasi membawa dampak terhadap semua bidang, terutama bidang ekonomi. Pergerakan barang, jasa dan modal antar negara semakin lebar, fleksibel dan tanpa mengenal batas negara. Perusahaan-perusahaan nasional kini mengembangkan sayapnya ke perusahaan multinasional. Dampak adanya globalisasi di bidang ekonomi memberikan kemudahan perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya bagi perusahaan di berbagai negara. Salah satunya perkembangan perusahaan semakin luas karena tidak berpusat di suatu negara tapi juga di negara lain. Tidak adanya sekat antar negara membuat arus barang, jasa maupun modal akan keluar masuk dari satu negara ke negara lain tanpa hambatan. (Rahayu dkk, 2020)

Situasi inilah yang menjadikan perusahaan berhubungan intens dengan perusahaan relasinya yang berada di tiap negara untuk dapat keuntungan yang lebih besar bagi perusahaan yang bersangkutan. Tidak akan menjadi masalah jika terjadi di sebuah perusahaan dalam satu negara karena biaya-biaya yang dikeluarkan akan lebih mudah terukur. Tetapi, akan sangat berbeda pada perusahaan multinasional karena susah menentukan harga penjualan dan biaya-biaya yang dikeluarkan sebagai usaha pengawasan dan pengukuran kinerja perusahaan. Sehingga memerlukan metode akuntansi yang dapat menentukan harga tersebut yaitu dengan melakukan *transfer pricing*. (Nisa, 2018)

Dilihat dari fenomena yang terkait dengan penyalahgunaan *transfer pricing* ini, pemerintah membuat kebijakan baru tentang *transfer pricing* yaitu setiap perusahaan yang memiliki omset tertentu diminta untuk membuat dokumen *transfer pricing*. Dimana dokumen tersebut harus menyertakan nilai transaksi yang dilakukan dengan perusahaan terafiliasi. *Transfer pricing* merupakan langkah perusahaan dalam memaksimalkan keuntungan, tetapi *transfer pricing* sering digunakan untuk mengalihkan keuntungan perusahaan dari satu negara ke negara lain, misalnya dari perusahaan pada negara yang memiliki tarif pajak tinggi ke perusahaan berelasi di negara yang memiliki pajak lebih rendah, sehingga total keuntungan yang didapatkan oleh grup perusahaan menjadi lebih tinggi dibandingkan pada tiap-tiap negara perusahaan berada. (Kurniawan, 2018)

Transfer pricing adalah kebijakan perusahaan untuk menentukan harga transaksi antar departemen dalam perusahaan multinasional, yang memudahkan perusahaan untuk menyesuaikan harga yang dinegosiasikan secara internal untuk barang, jasa dan modal; sehingga harga tidak terlalu berfluktuasi. Tanggung jawab pajak perusahaan, dengan

mengalihkan pendapatan yang dihasilkan ke negara dengan tarif *paying* yang relatif lebih rendah untuk meminimalkan beban pajak grup secara keseluruhan. (Sari dan Puryandani, 2017)

Sebagai pengembangan dari penelitian dari Chalimatus dkk (2020), dimana penelitian ini menguji kembali pengaruh pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Peneliti menambahkan variabel *exchange rate* dan *leverage*. (Masitoh dan Wijayanti, 2020) Berdasarkan uraian di atas, peneliti mencoba melakukan penelitian dengan judul “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan *Transfer Pricing* (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2020)”.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) apakah pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?; (2) apakah mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?; (3) apakah *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?; (4) apakah *exchange rate* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?; (5) apakah *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) untuk menguji secara empiris pengaruh pajak terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020; (2) untuk menguji secara empiris pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020; (3) untuk menguji secara empiris pengaruh *tunneling incentive* terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020; (4) untuk menguji secara empiris pengaruh pajak terhadap *exchange rate* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020; (5) untuk menguji secara empiris pengaruh pajak terhadap *leverage* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Konsep *agency theory* menyatakan bahwa teori agensi merupakan hubungan atau kontrak yang terjadi antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajer). Peran *agent* adalah melakukan tugas yang sudah didelegasikan dari *principal* kepada agent, guna bertindak sesuai dengan kepentingan *principal* yang termasuk dalam hal pengambilan keputusan. Teori keagenan memiliki tujuan untuk menjelaskan bagaimana pihak-pihak yang melakukan hubungan kontrak dapat membuat kontrak dengan tujuan untuk meminimalisir *cost* yang disebabkan karena alasan adanya informasi yang tidak simetris dan kondisi ketidakpastian. Selain itu, teori ini juga menekankan pada eksistensi mekanisme pasar dan institusional yang dapat mengatasi masalah-masalah yang muncul dalam hubungan kontraktual. (Jensen dan Meckling, 1976)

2.2. *Transfer Pricing*

Transfer Pricing merupakan harga yang ada pada setiap produk atau jasa dari satu divisi yang kemudian transfer ke divisi yang lain berada pada perusahaan yang sama atau antar perusahaan namun mempunyai hubungan istimewa dan . Transaksi *Transfer Pricing* dapat terjadi pada divisi-divisi dalam satu perusahaan, antar perusahaan lokal, atau perusahaan lokal dengan perusahaan yang ada di luar negeri. (Suandy, 2011:75) *Transfer pricing* (penentuan harga transfer) adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak – pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksi *transfer pricing* yang dilakukan antar perusahaan ditandai dengan adanya hubungan istimewa. Perlakuan *transfer pricing* relevan jika para pihak dipengaruhi oleh hubungan istimewa. (Kurniawan, 2014) *Transfer pricing menurut Chalimatussa* (2020) merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa, dan harta tidak berwujud yang dilakukan kepada anak perusahaan atau kepada pihak berelasi yang mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara.

2.3. Pajak

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang baik orang pribadi atau badan yang sifatnya memaksa menurut undang–undang, tanpa mendapatkan imbalan secara langsung dan pemanfaatannya untuk kepentingan negara, sebesar-besarnya demi kemakmuran rakyat.

Pajak dalam penelitian ini diukur dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dibagi dengan laba kena pajak. (Yuniasih, 2012)

2.4. Mekanisme Bonus

Mekanisme Bonus digunakan dalam memberikan penghargaan kepada direksi/manajer, didasarkan penerimaan bonus dan remunerasinya digunakan meningkatkan laba. Disimpulkan bahwa mekanisme bonus didalam startegi atau motif perhitungan dalam akutansi ditunjukkan untuk direksi atau manajemen sebagai penghargaan dilihat dari laba perusahaan. *Transfer pricing* dapat menyebabkan kerugian pada salah satu divisi atau subunit. Mekanisme bonus berbasis laba adalah metode umum yang digunakan perusahaan untuk memberi penghargaan kepada direktur atau manajer. Jadi, karena berdasarkan tingkat keuntungan dari direksi atau manajer, mereka dapat memanipulasi keuntungan ini untuk memaksimalkan bonus. Mekanisme bonus berupa kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan dalam pencapaian tujuan perusahaan yang sudah ditargetkan. (Refgia, 2017)

2.5. Tunneling Incentive

Istilah "*tunneling*" pada awalnya digunakan untuk menggambarkan "pengambilalihan" pemegang saham minoritas di Republik Ceko seperti pemindahan aset melalui sebuah terowongan bawah tanah (*tunnel*). Struktur Kepemilikan mencerminkan jenis konflik keagenan yang terjadi. Ada 2 macam struktur kepemilikan, yaitu struktur kepemilikan tersebar dan struktur kepemilikan terkonsentrasi. Struktur kepemilikan tersebar mempunyai ciri bahwa manajemen perusahaan dikontrol oleh manajer. Manajer lebih mengutamakan kepentingannya dibanding kepentingan pemegang saham.

Tunneling adalah tindakan untuk mengalihkan aktiva dan laba perusahaan guna kepentingan pemegang saham pengendali yang mengendalikan pemegang saham minoritas. Transaksi antar pihak berelasi digunakan untuk mengalihkan aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Pembelian barang atau jasa di atas nilai wajar dan penjualan barang atau jasa di bawah harga wajar merupakan salah satu cara melakukan *tunneling*. Contoh *tunneling* yaitu menahan deviden, mentransfer aktiva dari entitas yang mereka kendalikan ke entitas lain yang

pemegang saham pengendali miliki dengan mengesampingkan prinsip kewajaran usaha dan menempatkan sanak saudaranya menjabat posisi penting dalam perusahaan padahal tidak memenuhi kualifikasi.

2.6. Exchange Rate

Menurut Sadono Sukirno (2011) nilai tukar adalah nilai tukar mata uang (*exchange rate*) atau sering disebut kurs sebagai harga mata uang terhadap mata uang lainnya. Kurs merupakan salah satu harga yang terpenting dalam perekonomian terbuka mengingat pengaruh yang demikian besar bagi neraca transaksi berjalan maupun variabel-variabel makro ekonomi yang lainnya. Kurs juga harga suatu mata uang relatif terhadap mata uang negara lain. Kurs memainkan peranan penting dalam keputusan-keputusan pembelanjaan, karena kurs memungkinkan kita menerjemahkan harga-harga dari berbagai negara ke dalam satu bahasa yang sama.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, sampai pada pemahaman penulis bahwa nilai tukar merupakan harga suatu mata uang terhadap mata uang asing, seberapa mata uang domestik dihargai oleh mata uang asing, nilai tukar merupakan harga yang sangat penting dalam perekonomian.

Nilai tukar atau kurs merupakan nilai tukar antar dua negara yang disepakati penduduk kedua negara untuk saling melakukan perdagangan. Ada dua jenis nilai tukar yang dipakai :

1. Kurs nominal (*nominal exchange rate*) adalah nilai yang digunakan seseorang saat menukar mata uang suatu negara dengan mata uang negara lain. Misalnya, jika kurs antara dolar AS dan Rupiah Indonesia sebesar Rp14.500, maka 1 dolar bernilai Rp14.500. Ketika kita menginginkan 20 dolar maka harus membayar Rp290.000 ($\$20 \times \text{Rp}14500$).
2. Kurs riil (*real exchange rate*) adalah nilai tukar yang digunakan seseorang saat menukarkan barang dan jasa suatu negara dengan barang dan jasa negara lainnya. Misalnya, ketika membeli tas dengan harga di Amerika adalah 400 dolar sedangkan di Indonesia Rp2.000.000. Untuk perbandingan harga keduanya, maka harus mengubahnya menjadi mata uang umum, jika 1 dolar Rp10.000 maka harga tas di Amerika Rp4.000.000. Sehingga dalam membandingkan harga tas di Amerika dan Indonesia, dapat disimpulkan harga tas di Indonesia $\frac{1}{2}$ harga dari harga tas di Amerika.

Harga suatu mata uang relatif terhadap mata uang lainnya (kurs) sangat tergantung dari kekuatan penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*) mata uang tersebut. *Exchange rate*

mempengaruhi laba perusahaan secara keseluruhan. Perusahaan multinasional menggunakan *transfer pricing* untuk mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) dengan mentransfer dana ke mata uang yang kuat. (Chan dkk, 2002) Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cravens dkk (1996) yang menyatakan bahwa untuk mengendalikan risiko dari keuntungan maupun kerugian transaksi, perusahaan dapat menggunakan *transfer pricing* sebagai pagar pelindung untuk menghadapi perubahan nilai tukar. *Transfer pricing* dapat digunakan untuk mengurangi eksposur transaksi perusahaan multinasional terhadap risiko perubahan nilai tukar dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat.

2.7. Leverage

Leverage ratio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan hutang. Dengan kata lain sejauh mana kemampuan perusahaan untuk membayar seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang apabila perusahaan dibubarkan (dilikuidasi). (Kasmir, 2012) Perusahaan memiliki berbagai sumber pendanaan dalam menjalankan bisnisnya, salah satunya dengan utang. *Leverage* mengukur besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang. Semakin besar utang maka laba kena pajak akan menjadi kecil karena insentif pajak atas bunga utang semakin besar. (Prakosa, 2014)

Perusahaan yang memiliki kewajiban pajak tinggi akan memilih untuk berutang agar mengurangi pajak. Perusahaan dengan sengaja berhutang untuk mengurangi beban pajak, maka dapat disebutkan bahwa perusahaan tersebut agresif terhadap pajak. (Ozkan, 2001) Perusahaan multinasional pada umumnya membiayai anggota kelompok perusahaan tersebut dengan transfer utang dan/atau modal. Peran penting *leverage* :

1. *Leverage* mengacu pada penggunaan hutang (dana pinjaman) untuk memperkuat pengembalian dari investasi atau proyek.
2. Investor menggunakan *leverage* untuk melipatgandakan daya beli mereka di pasar.
3. Perusahaan menggunakan leverage untuk membiayai aset mereka alih-alih menerbitkan saham untuk meningkatkan modal, perusahaan dapat menggunakan utang untuk berinvestasi dalam operasi bisnis dalam upaya meningkatkan nilai pemegang saham.

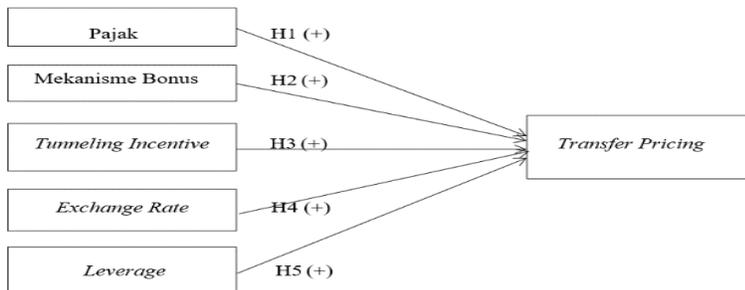
Leverage adalah penggunaan aset serta sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap (beban tetap) dengan tujuan meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. cukup tinggi.

2.8. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan telaah teoritis yang telah diuraikan sebelumnya, maka model kerangka pemikiran penelitian ini dapat disampaikan dalam Gambar 1 di bawah ini.

Gambar 1

Pemikiran Teoretis



Sumber : Tanjung (2019), yang dimodifikasi pada penelitian ini

Menurut Chalimatussa'diyah, Nur Diana, M. Cholid Mawardi (2020), Tanjung Tri Rahayu, Endang Masitoh, Anita Wijayanti (2020) berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H2 : Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H3 : *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

H4 : *Exchange rate* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

H5 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Rancangan Penelitian data kuantitatif adalah suatu bentuk metode yang digunakan dalam penelitian pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis data bersifat kuantitatif, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Rancangan penelitian ini digunakan untuk menganalisis adanya pengaruh pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, *exchange rate*, dan *leverage* terhadap variabel dependen yakni *transfer pricing*.

3.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel dependen (terikat) adalah tipe variabel yang di jelaskan atau dipengaruhi variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing* (Y). Cara perhitungan kualitas laba adalah sebagai berikut:

Kriteria *dummy* yang digunakan adalah nilai 1 jika perusahaan melakukan transaksi penjualan kepada pihak istimewa yang berada di negara lain, sedangkan 0 untuk perusahaan yang tidak mengadakan penjualan kepada pihak istimewa yang berada di negara lain (Saraswati dan Sujana, 2018).

2. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah tipe variabel yang menjelaskan variabel yang lain. Dalam penelitian ini, variabel independen yang digunakan yaitu: pajak (X1), mekanisme bonus (X2), *tunneling incentive* (X3), *exchange rate* (X4), dan *leverage* (X5).

a. Pajak (X1)

Pajak adalah peralihan kekayaan dari pihak rakyat kepada kas negara untuk membiayai pengeluaran rutin dan “surplus”- nya. Rumus perhitungan Pajak adalah sebagai berikut:

$$ETR = \frac{\text{Beban Pajak} - \text{Beban Pajak Tanggihan}}{\text{Laba Kena Pajak}}$$

Sumber: Melmusi (2016)

b. Mekanisme bonus (X2)

Mekanisme bonus adalah hadiah tambahan atau hadiah yang diberikan kepada karyawan karena berhasil mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Rumus perhitungann likuiditas adalah sebagai berikut:

$$\text{Mekanisme Bonus} = \frac{\text{Laba Bersih Tahun } t}{\text{Laba Bersih Tahun } t-1}$$

Sumber : Melmusi (2016)

c. *Tunneling Incentive* (X3)

Tunneling merupakan pemindahan harta perusahaan dari anak usaha pada satu negara ke anak usaha atau induk usaha di negara lainnya, atau dari perusahaan ke pemegang saham pengendali untuk tujuan memperkaya pemegang saham pengendali. Rumus *tunneling incentive* adalah sebagai berikut:

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

Sumber : Chalimatussa'diyah dkk (2020)

d. *Exchange rate* (X4)

Exchange rate adalah nilai tukar atas mata uang terhadap pembayaran saat ini atau di masa mendatang, antara dua mata uang yang berbeda. *Exchange rate* memiliki dua efek akuntansi, yaitu pada proses memasukkan transaksi yang menggunakan mata uang asing dan pada pengungkapan laba rugi perusahaan secara keseluruhan (Cahyadi dan Noviari, 2018). Rumus *exchange rate* sebagai berikut :

$$\frac{\text{Kepemilikan saham asing}}{\text{Jumlah saham yang beredar}} \times 100\%$$

e. *Leverage* (X5)

Leverage sebagai sebuah komitmen lanjut yang dijalankan perusahaan untuk berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup karyawan, kualitas hidup masyarakat secara menyeluruh. Rumus *leverage* adalah sebagai berikut :

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Sumber: Wardani(2018)

3.2 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dipakai pada penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder adalah data penelitian yang dihasilkan secara tidak langsung melalui perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder untuk penelitian ini diambil dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id pada tahun 2016-2020.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi yang dipakai pada penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2016-2020. Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah *purposive sampling* yaitu metode penentuan sampel berdasarkan pertimbangan-pertimbangan dan tolak ukur tertentu. Kriteria-kriteria dalam proses seleksi berdasarkan kriteria yang dijelaskan pada tabel 4 sebagai berikut :

Tabel 1 Proses Pemilihan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah Perusahaan				
		2016	2017	2018	2019	2020
1.	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar laporan di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020	143	156	160	166	193
2.	Perusahaan yang melaporkan laba selama periode 2016-2020, karena jika mengalami kerugian perusahaan tersebut tidak diwajibkan untuk membayar pajak sehingga tidak relevan dengan penelitian ini.	(21)	(27)	(25)	(26)	(52)
3.	Perusahaan manufaktur yang mempublikasikan laporan keuangan pada periode 2016-2020 secara berturut-turut	(52)	(57)	(68)	(74)	(71)
4.	Perusahaan sektor manufaktur yang tidak menyajikan laporan keuangan dengan mata uang rupiah selama periode 2016-2020	(35)	(35)	(35)	(35)	(35)
Jumlah sampel penelitian terpilih		35	37	32	31	35
Jumlah sampel penelitian		170				

Sumber : Data diolah, 2021

3.4 Pengumpulan Data

Metode pengumpulan yang digunakan pada penelitian adalah metode dokumentasi. Dokumentasi dikerjakan dengan cara mengumpulkan sumber-sumber data dokumenter, seperti *annual report* pada sebuah perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Berdasarkan sumber data itu, maka diperoleh data laporan keuangan yang diterbitkan oleh perusahaan *go public* dan data lain yang dibutuhkan oleh *stakeholders*..

3.5 Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah melakukan pengumpulan data. Analisis data adalah bagian terpenting dalam metode ilmiah, karena menganalisis data tersebut dapat memberi arti dan makna yang bermanfaat dalam memecahkan masalah pada penelitian. Data yang sudah terkumpul diolah dengan menggunakan cara-cara *editing*, *tabulating* dan *processing*.

3.6 Analisis Data

3.6.1. Model Analisis Regresi Logistik

Metode analisis regresi logistik digunakan untuk variabel terikat dan lebih dari satu variabel bebas apabila variabel bebasnya kombinasi antara metrik (kontinyu) dan kategori (non metrik), maka asumsi *multivariate* normal distribusi tidak akan dapat dipenuhi apabila menggunakan analisis diskriminan. Penyimpangan dari asumsi *multivariate normal distribution* tidak dipenuhi. (Muhid, 2010) Regresi logistik digunakan dalam penelitian ini karena variabel bebasnya kombinasi antara metrik dan nominal (nonmetrik). Selain itu karena variabel dependen dalam penelitian ini merupakan variabel *dummy*.

Regresi logistik digunakan untuk menguji apakah variabel-variabel perencanaan pajak, beban pajak tangguhan dan aset pajak tangguhan mempengaruhi dalam mendeteksi manajemen laba. Dalam teknik analisis, tidak perlu melakukan uji normalitas data karena regresi logistik tidak memerlukan asumsi normalitas pada variabel bebasnya.

3.6.2. Menguji Kelayakan Model Regresi

Kelayakan model regresi dinilai dengan menggunakan *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test*. *Hosmer and Lemeshow Goodness of Fit Test* menguji hipotesis nol bahwa data empiris cocok atau sesuai dengan model (tidak ada perbedaan antara model dengan data sehingga model dapat dikatakan *fit*). Jika nilai *hosmer and lemeshow goodness of fit test statistic* sama dengan atau kurang dari 0.05, maka hipotesis nol ditolak yang berarti ada perbedaan signifikan antara model dengan nilai observasinya sehingga *Goodness fit model* tidak baik karena model tidak dapat memprediksi nilai observasinya. (Muhid, 2010)

3.6.3. Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Langkah pertama adalah dengan menilai *overall fit model* terhadap data. Beberapa *test* statistik diberikan untuk menilai hal ini. Hipotesis untuk menilai *model fit* adalah:

H₀ : Model yang dihipotesiskan fit dengan data

H_A : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data

Dari hipotesis ini jelas bahwa kita tidak akan menolak hipotesis nol agar *model fit* dengan data. Statistik yang digunakan berdasarkan pada fungsi likelihood. *Likelihood L* dari model adalah probabilitas bahwa model yang dihipotesiskan menggambarkan data input. Untuk menguji hipotesis nol dan alternatif, *L* ditransformasikan menjadi $-2\text{Log}L$. Penurunan likelihood ($-2LL$) menunjukkan model regresi yang lebih baik atau dengan kata lain model yang dihipotesiskan fit dengan data. (Muhid, 2010)

3.6.4. Koefisien Determinasi (*Nagelkerke's R Square*)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan

4.1.1. Pengaruh Pajak terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama (H₁) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,00 dengan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa Pajak berpengaruh positif terhadap auditor transfer pricing. Ketika pajak akan meningkat atau dengan kata lain manajemen perusahaan akan cenderung melakukan *transfer pricing*.

Tabel 1 Deskriptif statistic

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	170	0	1	.74	.440

VAR00002	170	-7444	938454	27384.48	112100.904
VAR00003	170	49	45707	1542.99	3773.589
VAR00004	170	1	932	410.68	311.023
VAR00005	170	-48112	2010799	12956.69	154867.922
VAR00006	170	165	41897	9058.83	8098.546
Valid N (listwise)	170				

Sumber: hasil pengolahan data SPSS, 2021

Berdasarkan hasil statistik deskriptif table 4.2 dapat diketahui bahwa pengukuran variable independen dalam penelitian ini yaitu Pajak (ETR) dilakukan dengan menggunakan nilai (*score*) sebanyak 170 yang diperoleh dari jumlah sampel penelitian. Pajak (X1) pada penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar -7444, dan nilai maksimum sebesar 938454, dan nilai rata-rata atau mean sebesar 27384,48, dengan standar deviasi 11210.904 nilai rata-rata yang lebih besar dari standar deviasinya menunjukkan bahwa ukuran Pajak (ERT) antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya tidak jauh beda.

Berdasarkan *agency theory* mendukung adanya hubungan antara pajak dengan transfer pricing . sebagai kontribusi wajib kepada negara-negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, tanpa imbalan secara langsung dan dimanfaatkan untuk kepentingan negara demi kemakmuran rakyat (UU No.36 Tahun 2008). Kemudian dapat disimpulkan semakin baik penerapan pajak maka semakin baik pula *transfer pricing* di suatu perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nur Chalimatussa'diyah, Nur Diana, M. Cholid Mawardi (2020), Tunjung Tri Rahayu, Endang Masitoh, Anita Wijayanti (2020) menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*.

4.1.2. Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua (H3) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,001 dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil statistik deskriptif table 4.2 dapat

diketahui bahwa pengukuran variabel independen dalam penelitian ini yaitu Mekanisme Bonus (MB) dilakukan dengan menggunakan nilai (*score*) sebanyak 170 yang diperoleh dari jumlah sampel penelitian. Mekanisme bonus (X2) pada penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar 49, dan nilai maximum sebesar 45707, dan nilai rata-rata atau mean sebesar 1542,99, dengan standar deviasi 3773,59. nilai rata-rata yang lebih kecil dari standar deviasinya menunjukkan bahwa Mekanisme Bonus (MB) antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya agak jauh berbeda.

Berdasarkan *agency theory* mendukung adanya hubungan antara mekanisme bonus dengan *transfer pricing*. Mekanisme bonus digunakan dalam memberikan penghargaan kepada direksi/manajer, didasarkan penerimaan bonus dan remunerasinya digunakan meningkatkan laba. Disimpulkan bahwa mekanisme di dalam strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi ditujukan untuk direksi atau manajemen sebagai penghargaan dilihat dari laba perusahaan. *Transfer pricing* mengakibatkan kerugian pada salah satu divisi atau subunit.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Allysa Rochmadina T, Nurhidayati dan Junaidi (2017) bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*.

4.1.3. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*.

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga (H3) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar - 0,002 dengan nilai signifikansi sebesar $-0,002 > 0,05$ yang menunjukkan *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Berdasarkan hasil statistik deskriptif table 4.2 dapat diketahui bahwa pengukuran variabel independen dalam penelitian ini yaitu *tunneling incentive* dilakukan dengan menggunakan nilai (*score*) sebanyak 170 yang diperoleh dari jumlah sampel penelitian. *Tunneling incentive* (X3) pada penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar 49, dan nilai maximum sebesar 45707, dan nilai rata-rata atau mean sebesar 1542,99, dengan standar deviasi 3773,59. nilai rata-rata yang lebih kecil dari standar deviasinya menunjukkan bahwa *tunneling incentive* (ER) antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya agak jauh berbeda.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Trisni Suryarini, Adhilla Mega Cahyaningrum, Retnoningrum Hidayah (2020) yang menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Namun bertolak belakang

dengan penelitian Syarah Sefty Andraeni (2017) bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*.

4.1.4. Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan pengujian hipotesis ketiga (H3) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,000 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap auditor *transfer pricing*. Berdasarkan hasil statistik deskriptif table 4.2 dapat diketahui bahwa pengukuran variabel independen dalam penelitian ini yaitu *transfer pricing* dilakukan dengan menggunakan nilai (*score*) sebanyak 170 yang diperoleh dari jumlah sampel penelitian. *Exchange rate* (X4) pada penelitian ini menunjukkan nilai minimum sebesar 1, dan nilai maksimum sebesar 932, dan nilai rata-rata atau mean sebesar 410,68, dengan standar deviasi 331,02. nilai rata-rata yang lebih besar dari standar deviasinya menunjukkan bahwa *exchange rate* (ER) antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya tidak jauh berbeda.

Berdasarkan *agency theory* mendukung adanya hubungan antara *exchange rate* dengan *transfer pricing*. *Exchange rate* memiliki dua efek akuntansi, yaitu untuk memasukkan transaksi mata uang asing dan pengungkapan keuntungan dan/atau kerugian yang dapat mempengaruhi keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Akibatnya, perusahaan multinasional ada yang mencoba mengurangi risiko nilai tukar (*exchange rate*) mata uang asing dengan memindahkan dana ke mata uang yang kuat melalui *transfer pricing* demi memaksimalkan keuntungan perusahaan secara keseluruhan. Teori agensi menunjukkan bahwa adanya faktor motivasi, individu memilih salah satu cara yaitu dengan *transfer pricing* untuk memaksimalkan manfaat nilai tukar keseluruhan (atau meminimalkan kerugian nilai tukar keseluruhan) terhadap perusahaan. Sehingga semakin tinggi keinginan untuk memaksimalkan manfaat nilai tukar rupiah maka semakin besar praktik *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syarah Sefty Andraeni (2017) menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*.

4.1.5. Pengaruh *Leverage* terhadap *Transfer Pricing*

Berdasarkan pengujian hipotesis keempat (H4) diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0,000 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$ yang menunjukkan bahwa *leverage*

berpengaruh terhadap auditor *transfer pricing*. Berdasarkan hasil statistik deskriptif table 4.1 dapat diketahui bahwa pengukuran variabel independen dalam penelitian ini yaitu Leverage (DER) dilakukan dengan menggunakan nilai (*score*) sebanyak 170 yang diperoleh dari jumlah sampel penelitian. *Leverage (X5)* pada penelitian ini menunjukkan nilai minimum minimum sebesar 165, dan nilai maximum sebesar 41897, dan nilai rata-rata atau mean sebesar 9058,83. dengan standar deviasi 8098,05. nilai rata-rata yang lebih besar dari standar deviasinya menunjukkan bahwa *leverage (DER)* antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya tidak jauh beda.

Berdasarkan *agency theory* mendukung adanya hubungan antara *leverage* dengan *transfer pricing*. *Leverage* adalah kemampuan perusahaan dalam menggunakan dana (aktiva) yang memiliki beban tetap (*fixed coxt assets or funds*) untuk memperbesar tingkat pendapatan (*return*) bagi pemilik usaha. Perusahaan memiliki berbagai sumber pendanaan dalam menjalankan bisnisnya, salah satunya dengan utang. *Leverage* mengukur besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai oleh utang. Semakin besar utang maka laba kena pajak akan menjadi kecil karena insentif pajak atas bunga utang semakin besar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anisa Sheirina, Cahyadi, Naniek Noviari (2018) menyatakan bahwa Leverage berpengaruh positif pada keputusan *transfer pricing*.

5. PENUTUP

5.1. Kesimpulan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, *Tunneling Incentive, Exchange Rate, dan Leverage* terhadap Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*. Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian, landasan teori, hipotesis, dan hasil yang dilakukan, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pajak (ETR) berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing (TP)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2016-2020. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pajak berpengaruh pada keputusan *transfer pricing*.
2. Mekanisme Bonus berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing (TP)* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2016- 2020. Hal ini sesuai

dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

3. *Tunneling Incentive* tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing* (TP) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2016- 2020. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.
4. *Exchange rate* berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing* (TP) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2016- 2020. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.
5. *Leverage* berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing* (TP) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia pada periode 2016-2020. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *Leverage* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka dapat diberikan saran pada penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Dari hasil uji Nagelkerke *R Square* adalah sebesar 0,202 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independent. Pengaruh pajak, mekanisme bonus, *tunneling incentive*, *exchange rate*, dan *leverage* adalah sebesar 20,2%, sedangkan sisanya sebesar 79,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya di luar model yang kemungkinan dapat berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
2. Penelitian ini hanya menggunakan data yang berjumlah 169 dengan periode 2016- 2020 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesian (BEI) saja, sehingga data yang didapat menunjukkan angka yang minim dan kurang dapat mengungkapkan variabel apa saja yang dapat mempengaruhi *transfer pricing* (TP).

5.2. Saran Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka dapat diberikan saran pada penelitian selanjutnya, yaitu :

1. Bagi peneliti selanjutnya untuk menambahkan variabel, karena 79,8 % diterangkan oleh variabel lain, misalnya *profitabilitas (ROA)* seperti yang diteliti oleh Anisa Sheirina Cahyadi, Naniek Noviani (2018) karena apabila sebuah perusahaan memperoleh penghasilan yang besar maka akan berpengaruh terhadap besarnya pajak yang akan dibayarkan. Sehingga memicu perusahaan melakukan *transfer pricing*. selain itu juga bisa menambahkan variabel *debt covenant* hal ini membuktikan jika setaip kenaikan *debt covenant* maka perusahaan akan cenderung melakukan *transfer pricing*.
2. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah periode penelitian karena penelitian ini mengambil masa periode tahun (2016-2020), maka dari itu penelitian selanjutnya untuk menambah periode yang lebih lama agar hasil akhirnya nanti lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Rahayu, Tunjung Tri, Endang Masitoh dan Anita Wijayanti. 2020. "Pengaruh Beban Pajak, *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*". Jurnal Penelitian Ekonomi dan Akuntansi (JPENSI) Volume 5 No.
- Cahyadi, Anisa Sheirina dan Naniek Noviani. 2018. "Pengaruh Pajak, *Exchange Rate*, *Profitabilitas* dan *Leverage* Pada Keputusan Melakukan *Transfer Pricing*". E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.24 No. 2.
- Chalimatusa'diyah, Nur, Nur Diana dan M. Cholid Mawardi. 2020. "Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* Dan Mekanisme Bonus Pada Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2015-2018". E-JRA Vol. 09 No. 06.
- Abdul Muhid, 2010. "Analisis Statistik SPSS for Windows: Cara Praktis Melakukan Analisis Statistik", Surabaya: CV Duta Aksara.
- Kurniawan, Muhammad Sani, Bayu P. S dan Rinandita W. 2018. "Pengaruh Pajak Dan *Tunneling Incentive* Terhadap Tindakan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI)". Seminar Nasional Pakar ke 1.

- Melmusi, Zaeni. 2016. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Kepemilikan Asing Dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Yang Tergabung Dalam Jakarta Islamic Index Dan Teraftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2012-2016". Jurnal EKOBISTEK Fakultas Ekonomi Vol. 5, No. 2.
- Nisa, Zahrotun. 2018." Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan *Leverage* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Di BEI Tahun 2012-2016". Artikel Ilmiah Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Rochmadina, Allysa, Nurhidayati dan Junaidi. 2017." Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2016)". Universitas Islam Malang.
- Suryarini, Trisni, Adhilia Mega Cahyaningrum dan Retnoningroum Hidayah. 2020. " *The Effect of Tunneling Incentive to Transfer Pricing Decision with Tax Minimization As a Moderating Variable*". *Journal KnE Social Sciences*.
- Saraswati, Gusti Ayu Rai Surya dan I Ketut Sujana. 2018. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan *Tunneling Incentive* pada Indikasi Melakukan *Transfer Pricing*". *E-Jurnal Akuntansi Unud. Volume 19 Nomor 2*.
- Wardani, Pipit Kusuma. 2018. "Pengaruh Pajak, *Leverage*, Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*". *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Volume 7, Nomor 11*.
- Refgia, Thesa. 2017. "Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer pricing* (Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Yang Listing Di Bei Tahun 2011-2014)". *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Riau Volume 4 Nomor 1*.
- Sari, Ayu Nurmala dan Siti Puryandari. 2018. "Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, *Good Corporate Governance* Dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing* (Studi Kasus Pada Perusahaan Pertambangan Yang Tercatat Di Bei Periode 2014-2017)". *Sustainable Competitive Advantage FEB Unsoed*.
- Sukirno, Sadono. 2011. "*Makro Ekonomi Teori Pengantar Edisi Ketiga*". Rajawali Pers. Jakarta.
- Jensen, M.,C., dan W. Mecling, 1976. "*Theory of the firm: Managerial Behavior, agency cost and ownership structure*", *Journal of finance Economic* 3:305-360.
- Cravens, David W. 1996. "Pemasaran Strategis". Jakarta. Erlangga

- Andraeni, Syarah Sefty. 2017. “Pengaruh *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing* studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013- 2015”. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Suandy, Erly. 2011.”Perencanaan Pajak, Edisi 5”.Jakarta.Salemba Empat.
- NW Yuniasih, NK Rasmini, MG Wirakusuma.2012. “Pengaruh pajak dan *tunneling incentive* pada keputusan *transfer pricing* perusahaan manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia”. Simposium Nasional Akuntansi 15, 1-23.
- Chan, A.P.C. *et al.* 2002. “Framework of success criteria for design/build projects”, *Journal Managerial Engineering*, Vol. 18, No. 3, pp. 120 – 128.
- Kasmir. 2012, “Analisis Laporan Keuangan”. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Prakosa, K. B. (2014). “Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, dan *Corporate Governance* terhadap Penghindaran Pajak di Indonesia”. *Simposium Nasional Akuntansi XVII*.
- Ozkan, Aydin.2001. “Determinants of Capital Structure and Adjustment to Long Run Target: Evidence From UK Company Panel Data”. *Journal of Business Finance & accounting* 28(1-2):175-198