

SKRIPSI

**PENGARUH TARIF PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*,
MEKANISME BONUS, DAN UKURAN PERUSAHAAN
TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*
PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
MULTINASIONAL YANG
TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA
2015-2019**



Disusun Oleh :

Elizabeth Nainggolan

1721210044

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2021**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

Program Studi Akuntansi
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Genap Tahun 2020/2021

**PENGARUH TARIF PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, MEKANISME
BONUS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP KEPUTUSAN
TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR
MULTINASIONAL YANG TERDAFTAR DI BURSA
EFEK INDONESIA 2015-2019**

Elizabeth Nainggolan

1721210044

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tarif pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing*. Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di BEI periode 2015-2019. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Dengan sampel sebanyak 115 laporan tahunan dari populasi sebanyak 23 perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi logistik dan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tarif pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*, mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Serta hasil keseluruhan pengujian variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan bahwa tarif pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Kata kunci : Pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, ukuran perusahaan dan *transfer pricing*.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan era globalisasi, setiap perusahaan pasti pernah memiliki masalah perekonomian yang dialami, baik itu saat perekonomian naik maupun perekonomian menurun. Hal tersebut membuat perusahaan, salah satunya pada perusahaan multinasional harus memikirkan rencana dan strategi perusahaan agar perusahaan dapat berkembang dan maju setiap tahunnya dengan resiko kerugian yang minim. Akan tetapi, rencana dan strategi yang dilakukan oleh perusahaan multinasional terkadang malah dapat merugikan negara. Salah satu strategi yang dimaksud, yaitu kegiatan transaksi *transfer pricing* yang artinya pengalihan atas penghasilan kena pajak dari suatu perusahaan dalam suatu grup perusahaan multinasional ke perusahaan lain dalam grup perusahaan multinasional yang sama di negara yang tarif pajaknya rendah (Darussalam, 2013:9). Perusahaan melakukan *transfer pricing* bertujuan untuk memaksimalkan penghasilan global, mengamankan posisi kompetitif anak/cabang perusahaan dan penetrasi pasar, mengevaluasi kinerja anak/cabang perusahaan mancanegara, menghindarkan pengendalian devisa, mengontrol kreditabel asosiasi, mengurangi resiko moneter, mengatur *cash flow* anak/cabang yang memadai, membina hubungan baik dengan administrasi setempat, mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, mengurangi resiko pengambilalihan oleh pemerintah (Rudiana, 2017).

Seperti kasus *transfer pricing* yang dilakukan oleh PT Toyofuji Manufaktur Indonesia. Pada tahun 2015 *gross margin* PT Toyofuji manufaktur mengalami peningkatan 11% hingga 14% pertahun. Namun setelah dilakukan restrukturisasi, *gross margin* PT Toyofuji *Manufacturing* Indonesia hanya sekitar 1.8% hingga 3% per tahun. Sementara di PT Toyota Astra Motor (perusahaan agen tunggal pemegang merek yang didirikan setelah restrukturisasi), *gross margin* mencapai 3.8% hingga 5%. Jika *gross margin* PT Toyofuji Manufaktur digabung dengan PT Toyota *Manufacturing* Indonesia, presentasinya masih sebesar 7%. Hal ini berarti margin laba sebelum pajak setelah restrukturisasi lebih rendah 7% dibanding dengan margin laba kotor pada tahun 2014 sebesar 14%. Berdasarkan itu, pemeriksa pajak lalu mengoreksi harga pada transaksi Toyofuji *Manufacturing* kepada Toyota Motor Asia *Pacific* di Singapura. Modus ekspor dengan nilai tak wajar juga berulang pada tahun itu. Hasilnya fantastis, omzet penjualan Toyofuji *Manufacturing* pada 2015 jadi melonjak dari setengah triliun dilihat dari laporan awal perusahaan itu. Nilainya sekarang menjadi Rp 1,7 triliun. (<https://investigasi.tempo.com> dalam Vanugra, 2018)

Selain itu, pada 10/06/2019 Otoritas pajak memperkirakan sengketa pajak terkait *transfer pricing* akan meningkat karena lebih dari 60% transaksi lintas yurisdiksi dilakukan oleh perusahaan multinasional. Hal tersebut terbukti pada 18/09/2019 yang menyatakan bahwa Kasus *transfer pricing* atau harga transfer pada 2018 meningkat cukup signifikan dibandingkan dengan 2017. Dalam laporan yang mencakup 89 yurisdiksi, 2018 *Mutual Agreement Procedure*

(MAP) Statistics, OECD mencatat jumlah sengketa *transfer pricing* baru naik 20%. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan sengketa lainnya yang hanya pada kisaran 10%. OECD juga menjelaskan mayoritas otoritas pajak menutup lebih banyak kasus dibandingkan dengan sebelumnya. Di satu sisi, data-data dari negara menunjukkan penurunan inventaris di sekitar setengah dari yurisdiksi pelaporan dan peningkatan di setengah lainnya. Selain peningkatan kasus baru, publikasi OECD juga menyoroti masalah waktu sengketa. Rata-rata kasus *transfer pricing* meningkat dibandingkan dengan 2017 atau sekitar 33 bulan. Angka ini jauh lebih lama dengan sengketa lain yang hanya pada kisaran 14 bulan atau lebih rendah dibandingkan dengan 2017 yang mencapai 17 bulan. Untuk penuntasan sengketanya, OECD mencatat rata-rata untuk penyelesaian kasus bervariasi secara signifikan berdasarkan yurisdiksi, mulai dari 2 hingga 66 bulan. Adapun, lebih dari 80% dari MAP yang disimpulkan pada 2018 menyelesaikan masalah untuk kasus *transfer pricing* dan lebih dari 75% untuk kasus lainnya. Hampir 75% dari kasus MAP *transfer pricing* diselesaikan dengan kesepakatan perpajakan penuh atau sebagian tidak sesuai dengan perjanjian pajak, 5% di antaranya diberikan keringanan sepihak dan 5% diselesaikan melalui *domestic remedy*. Di akhir publikasi, OECD juga menyebutkan bahwa statistik MAP 2018 membandingkan kinerja yurisdiksi pelaporan sehubungan dengan indikator utama seperti waktu yang dibutuhkan untuk menutup kasus MAP dan jumlah kasus MAP yang ditutup dibandingkan dengan beban kasus yurisdiksi, untuk setiap jenis kasus. (www.ekonomi.bisnis.com diakses pada 2 Maret 2021)

Faktor-faktor yang mempengaruhi *transfer pricing*, yaitu tarif pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan. Tiap negara memiliki tarif pengenaan pajak yang berbeda. Menurut Prof. Dr. Rochmat Soemitro, S.H., pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal balik (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan digunakan untuk membayar pengeluaran umum. Dengan kata lain, pajak merupakan biaya yang harus dan wajib dibayar oleh setiap wajib pajak pribadi maupun wajib pajak badan. Biaya yang dimaksud adalah sebagian dari penghasilan seseorang yang dinilai besar atau laba dari suatu perusahaan yang telah ditentukan tarifnya di Undang-Undang. Dengan mewajibkan untuk membayar biaya kepada kas negara, maka wajib pajak terutama wajib pajak badan yang salah satunya pada perusahaan multinasional berpikir kembali bagaimana cara untuk mendapatkan laba lebih banyak tetapi tarif pajak yang akan dibayar itu minim. Hal tersebut membuat perusahaan multinasional berpikir untuk mengambil sebuah keputusan melakukan kegiatan *transfer pricing*, dengan cara mentransfer atau mengirim aset perusahaan ke anak perusahaan yang ada di negara lain dengan memiliki tarif pajak yang lebih rendah. *Transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan tersebut dikarenakan adanya hubungan istimewa yang terjadi antara dua perusahaan berkaitan, yaitu antara anak perusahaan dengan induk perusahaan.

Faktor kedua yang memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* adalah *tunneling incentive*. Menurut Hartati, dkk (2015), *tunneling incentive*

adalah suatu perilaku dari pemegang saham mayoritas yang mentransfer aset dan laba perusahaan demi keuntungan mereka sendiri, namun pemegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang mereka bebaskan. Salah satu contoh dari kegiatan *tunneling*, yaitu kasus akuisisi *LG Merchant Bank* oleh *LG Securities*, dimana keduanya adalah milik *LG Group*. *LG Merchant Bank* merupakan *money-losing entity*. Sebagai upaya memperbaiki kinerja *LG Merchant Bank*, maka *LG Group* mengumumkan bahwa *LG Securities* perusahaan yang paling *profitable* dalam grup akan mengakuisisi *LG Merchant Bank*. Akuisisi tersebut merupakan *value destroyed deal*, karena tindakan akuisisi tersebut menurunkan nilai perusahaan dan mengabaikan kepentingan pemegang saham minoritas. *Overpayment* pada perusahaan target (*LG Merchant Bank*) merupakan kegiatan *tunneling* atau transfer aset dan keuntungan keluar dari perusahaan untuk kepentingan pemegang saham mayoritas (*LG Group*) (Sari, 2011 dalam Rudiana, 2017). Sedangkan menurut Guing dan Aria (2011) dalam Purwanto dan Tumewu (2018), menyatakan bahwa *Tunneling* merupakan istilah yang awalnya digunakan Negara Republik Ceko untuk menggambarkan kondisi ekspropriasi pemegang saham nonpengendali melalui pengalihan aset dan keuntungan dari suatu perusahaan demi kepentingan pemegang saham pengendali, seperti proses pengerukan aset melalui terowongan bawah tanah. Jadi dapat disimpulkan bahwa, semakin besar *tenneling* dilakukan maka semakin besar juga perusahaan mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing* karena didorong dengan adanya kegiatan transfer aset tersebut.

Faktor yang ketiga yang memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus. Mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang ditargetkan oleh perusahaan (Refgia, 2017). Mekanisme bonus yang diberikan oleh perusahaan biasanya berdasarkan laba yang diperoleh dari hasil kerja yang dilakukan oleh pegawai tersebut, dengan demikian dalam menjalankan tugas dan kewajibannya seorang pegawai akan cenderung melakukan pekerjaan dan tanggung jawab yang diberikan dengan maksimal demi mendapatkan atau mencapai apa yang diinginkan berupa bonus atau penghargaan. Hal tersebut sejalan dengan adanya kegiatan *transfer pricing* yang dilakukan oleh pegawai atau manajemer dalam pemasarannya. Karena menurut Darussalam (2013:8), menyatakan bahwa *transer pricing* bila dari sisi akuntansi manajerial digunakan untuk memaksimalkan laba suatu perusahaan melalui penentuan harga barang atau jasa oleh suatu unit organisasi dari suatu perusahaan kepada unit organisasi lainnya dalam perusahaan yang sama. Merujuk pada penelitian Lo *et al.*, (2010) dari Amerika dalam Purwanto dan Tumewu (2018), yang menemukan bahwa terdapat kecenderungan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin besar perusahaan memberikan komitmen untuk memberikan bonus atau penghargaan didasarkan oleh besarnya laba yang didapat, maka semakin besar

juga manajemen melakukan kegiatan *transfer pricing* untuk memaksimalkan laba tersebut.

Faktor keempat yang memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana besar kecilnya perusahaan dapat diklasifikasikan dalam berbagai cara seperti, *log* total aktiva, *log* total penjualan, kapitalisasi pasar, dan lain-lain (Muliati, 2011 dalam Putri dan Gunawan, 2017). Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor karena akan berhubungan dengan investasi yang dilakukan (Pujiningsih, 2011 : 46 dalam Kiswanto dan Purwaningsih, 2014). Perusahaan yang memiliki total penjualan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan memiliki prospek pemasaran yang baik dalam penjualannya. Hal tersebut membuat perusahaan besar dengan penjualan yang besar akan mendapat keuntungan yang besar yang membuat perusahaan terdorong untuk melakukan transaksi *transfer pricing* untuk menghindari pengenaan tarif pajak yang besar. penghindaran tersebut dilakukan dengan cara mentransfer aset atas penjualan ke anak perusahaan untuk menutupi keuntungan besar yang mereka miliki agar beban laba yang dimiliki induk perusahaan induk berkurang. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa, besarnya total penjualan yang dimiliki oleh perusahaan itu maka besar juga laba yang mereka dapat. Hal tersebut mendorong perusahaan perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan kegiatan *transfer pricing* sebagai bentuk memperkecil beban pajak yang akan mereka tanggung.

Berdasarkan hasil penjelasan diatas, hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanto dan Tumewu (2018) mengenai variabel pajak terhadap keputusan *transfer pricing* menyatakan bahwa hasil uji hipotesis pajak berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan menurut hasil penelitian yang didapatkan dari Agustina (2019) bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwanto dan Tumewu (2018). Karena hasil penelitian yang mereka dapat menyatakan bahwa pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Selain itu, hasil uji variabel *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014), menyatakan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2016) bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Marfuah dan Azizah (2014). Karena hasil yang mereka dapat menyatakan bahwa *tunneling incentive* tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Rezky dan Fachrizal (2018) menyatakan bahwa secara parsial mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Safirah, dkk (2019) bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rezky dan Fachrizal (2018). Karena berdasarkan hasil penelitian yang mereka dapat menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing*.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2016) mengenai variabel ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kiswanto dan Purwaningsih (2014) bertolak belakang dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putri (2016). Karena hasil penelitian yang didapat mereka mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap *transfer pricing*.

Dengan adanya berbagai macam tanggapan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi suatu perusahaan untuk mengambil keputusan melakukan *transfer pricing* maka penulis mencoba menganalisis kembali tentang faktor-faktor tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis mengambil keputusan untuk mengambil judul skripsi yang berjudul **“Pengaruh Tarif Pajak, *Tunneling Incentive*, Mekanisme Bonus dan Ukuran Perusahaan Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Pada Perusahaan Manufaktur Multinasional Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2015-2019”**

1.2 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu :

- 1) Apakah tarif pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan ?
- 2) Apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan?

- 3) Apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan?
- 4) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan?
- 5) Apakah tarif pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan ukuran perusahaan berpengaruh simultan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini berupa laporan keuangan independen pada masing-masing perusahaan publik.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh tarif pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan.

- 4) Untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan.
- 5) Untuk mengetahui pengaruh simultan tarif pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, dan ukuran perusahaan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis
 - 1) Penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan tentang keputusan *transfer pricing* pada perusahaan.
 - 2) Dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.
- b. Secara praktis
 - 1) Bagi peneliti, penelitian ini merupakan aplikasi ilmu yang didapat dari perkuliahan.
 - 2) Bagi pembaca dan perusahaan manufaktur, penelitian ini dapat memberikan pengertian kepada pembaca dan perusahaan manufaktur yang melakukan *transfer pricing* dampak yang diberikan dari keputusan *transfer pricing*.

1.6 Sistematika penelitian

Dalam penyajian hasil penelitian akan disusun dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori, *transfer pricing*, pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus, ukuran perusahaan, dan penelitian sebelumnya.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang terdiri dari pendekatan peneliti, objek/subjek penelitian, teknik pengambilan sampel, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik pengumpulan sampel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis akan memberikan gambaran umum Bursa Efek Indonesia, serta menganalisis hasil penelitian yang berhubungan dengan permasalahan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, akan diambil kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian, serta saran-saran yang akan digunakan untuk perusahaan, para investor dan untuk penelitian selanjutnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, Sukrisno & Estralita Trisnawati (2013). *Akuntansi Perpajakan Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Agustina, Nurul Afifah (2019). Pengaruh Pajak, Multinasionalitas, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan *Transfer Pricing*. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Universitas Islam Sultan Agung Semarang*.
- Andraeni, Syarah Sefty (2017). *Pengaruh Exchang 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)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Darussalam, dkk (2013). *Transfer Pricing : Ide, Strategi, dan Panduan Praktis dalam Perspektif Pajak Internasional*. Jakarta: Danny Darussalam Tax Center.
- Fathoni, Moehamad dan Erwin Indrianto (2021). Pengaruh *Leverage, Sales Growth*, dan Manajemen Laba Terhadap *Tax Avoidance* pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018 (Studi pada Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Ilmu Akuntansi Vol. 19, No 1*.
- Hartati, Winda, dkk (2014). Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*: Studi Empiris pada Seluruh Perusahaan yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Mataram*.
- Hartati, Winda, dkk (2015). *Tax Minimization, Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Seluruh Perusahaan yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia. Alamat Korespondensi : windahartati12@yahoo.co.id.
- Hendrawaty, Ernie (2017). *Excess Cash dalam Perspektif Teori Keagenan*. Bandar Lampung: Cv. Anugrah Utama Raharja.
- Husna, Raudhatul (2017). *Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan.
- Idn Financial (2020). *Profil dan Laporan Tahunan PT Chandra Asri Petrochemical Tbk*. Diakses pada tanggal 12 April 2021, dari <https://www.idnfinancials.com/tpia/pt-chandra-asri-petrochemical-tbk>.

- Idn Financial (2020). *Profil Perusahaan dan Laporan Tahunan PT Kino Indonesia Tbk*. Diakses pada tanggal 7 April 2021, dari <https://www.idnfinancials.com/kino/pt-kino-indonesia-tbk>.
- Idn Financial (2020). *Profil Perusahaan dan Laporan Tahunan PT Pan Brothers Tbk*. Diakses pada tanggal 27 Maret 2021, dari <https://www.idnfinancials.com/pbrx/pt-pan-brothers-tbk>.
- Idn Financial (2020). *Profil Perusahaan PT Indofood Sukses Makmur Tbk*. Diakses pada tanggal 27 Maret 2021, dari <https://www.idnfinancials.com/indf/pt-indofood-sukses-makmur-tbk#finance>.
- Kiswanto, Nancy & Anna Purwaningsih (2014). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2010-2013. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), Hal 1-15.
- Marfuah & Andri Puren Noor Azizah (2014). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan. *JAAI Vol 18 No.2, Des 2014: 156-165*.
- Martani, Dwi dkk (2015). *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mispiyanti (2015). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Jurnal Akuntansi & Investasi Vol 16 No.1*.
- Nugraha, Angga Kusuma (2016). *Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Perusahaan Multinasional yang Listing di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.
- Nugroho, Vidyarto (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tarif Pajak Efektif Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Vol. 10, No. 1*.
- Pemerintah Pusat (2008). *Undang-Undang (UU) No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Diakses pada tanggal 2 Maret 2021, dari <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/39653/uu-no-20-tahun-2008>.
- PT Argha Karya Prima Industry Tbk(2020). *Laporan Tahunan dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 9 Maret 2021, dari <http://arghakarya.co.id/akpi3/annualreport.php>.
- PT Barito Pacific Tbk (2020). *Laporan Tahunan dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 9 Maret 2021, dari <https://barito-pacific.com/investor-relations/reports/annual-reports/barito-pacific>.

- PT Ekadharna International Tbk (2020). *Laporan Tahunan dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 9 Maret 2021, dari <http://ekadharna.com/investor/laporan-tahunan/>.
- PT Gudang Garam Tbk (2018). *Laporan Tahunan, Sejarah dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 9 Maret 2021, dari <https://www.gudanggaramtbk.com/tentang-kami/#sejarah>.
- PT HM Sampoerna Tbk (2020). *Laporan Tahunan dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 9 Maret 2021, dari <https://www.sampoerna.com/sampoerna/id/investor-relations/reports-and-filings>.
- PT Impack Pratama Industri Tbk (2020). *Laporan Tahunan dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://www.impact-pratama.com/annual-report/>.
- PT Indo Kordsa Tbk (2020). *Laporan Tahunan dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 9 Maret 2021, dari <http://www.indokordsa.com/View/ViewPageFileListAnnual/37?d=>.
- PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (2019). *Laporan Tahunan, Sejarah dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 27 Maret 2021, dari <http://www.indofoodcbp.com/company/history>.
- PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Muncul Tbk (2020). *Laporan Tahunan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://investor.sidomuncul.co.id/id/annual-reports.html>.
- PT Japfa Comfeed Indonesia Tbk (2020). *Laporan Keuangan dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://www.japfacomfeed.co.id/id/investors/annual-reports>.
- PT Kalbe Farma Tbk (2020). *Laporan Tahunan dan Profil Perusahaan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://www.kalbe.co.id/investor/financial-reports-and-presentations/annual-report>.
- PT Mandom Indonesia Tbk (2020). *Laporan Tahunan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://www.mandom.co.id/id/annual-report>.
- PT Selamat Sempurna Tbk (2020). *Laporan Tahunan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <http://www.smsm.co.id/annualrep.php>.
- PT Semen Indonesia (persero) Tbk (2020). *Laporan Tahunan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://sig.id/id/investor-id/annual-report/>.
- PT Sepatu Bata Tbk (2021). *Tentang PT Sepatu Bata*. Diakses pada tanggal 27 Maret 2021, dari <https://bata.id/pages/about-us>.
- PT Siantar Top Tbk (2020). *Laporan Tahunan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://siantartop.co.id/en/investor-relations/annual-report/>.

- PT Sri Rejeki Isman Tbk (2020). *Laporan Tahunan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://www.sritex.co.id/financial-reports/>.
- PT Tempo Scan Pacific Tbk (2020). *Laporan Tahunan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://www.temposcangroup.com/en/investors/annual-report>.
- PT Unilever Indonesia Tbk (2020). *Laporan Tahunan*. Diakses pada tanggal 10 Maret 2021, dari <https://www.unilever.co.id/investor-relations/publikasi-perusahaan/laporan-keuangan.html>.
- Purwanto, Gresia Meriana & James Tumewu (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*. Vol 16, Nomor 1. Hal 47-56.
- Putri, Amanda Nur dan Gunawan (2017). Pengaruh *Size, Profitability*, dan *Liquidity* terhadap *Effective Tax Rate (ETR)* Bank Devisa Periode 2010-2014. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol 14 No. 1 Desember 2017:18-28.
- Putri, Elsa Kisari (2016). *Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rahmawati, Ella Yuniar (2018). *Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI periode 2013-2016)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.
- Refgia, Thesa (2017). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Asing, dan *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing* (Perusahaan Sektor Industri Dasar dan Kimia yang *Listing* di BEI tahun 2011-2014). *JOM Fekon* Vol. 4 No. 1.
- Resmi, Siti (2017). *Perpajakan : Teori & Kasus, Edisi 10 Buku 1*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rezky, Machfirah Aprilia & Fachrizal (2018). Pengaruh Mekanisme Bonus, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, dan *Multinationality* Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2010-2014. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi (JIMEKA)* Vol. 3, No. 3, Hal 401-415.
- Rusdiana, Dian (2017). *Pengaruh Beban Pajak dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Studi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Aneka Industri sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Listing di Bursa Efek*

Indonesia Tahun 2011-2016). Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

Sarifah, Desi Alfiatus, dkk (2019). Dampak *Effective Tax Rate (ETR)*, *Tunneling Incentive (TNC)*, *Indeks Trend Laba Bersih (ITRENDLB)* dan *Exchange Rate* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, Vol. 9 No.2.

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

Suwikno, Edi (2019). *Otoritas Pajak Waspadai Lonjakan Sengketa Transfer Pricing*. Diakses pada 27 Februari 2021, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190920/259/1150521/otoritas-pajak-waspadai-lonjakan-sengketa-transfer-pricing>

Suwikno,Edi (2019). *OECD : Kasus Transfer Pricing Meningkat*. Diakses pada 27 Februari 2021, dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190918/259/1149724/oecd-kasus-transfer-pricing-meningkat>.

Tersiana, Andra, S.TP, M.Sc (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Andra Tersiana, S.TP, M.Sc.

Vanugra, Adelia (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Pajak Tangguhan, dan Leverage Terhadap Transfer Pricing (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung.

Wafiroh, Novi Lailiyul & Niken Nindya Hapsari (2015). *Pajak, Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus pada Keputusan Transfer Pricing. El-Muhasaba*, Vol. 6, No 2.