

Determinan *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*

Yunda Riana^{1*}, Nera Marinda Machdar²

Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

yundariana31@gmail.com^{1*}, nmachdar@gmail.com²

Alamat: Jalan Raya Perjuangan No. 81, RT 003 RW 002 17143 Kota Bekasi, Jawa Barat

Korespondensi email: yundariana31@gmail.com

Abstract. *Factors affecting tunneling incentives and bonus mechanisms in corporate transfer pricing decisions are analyzed in this study. The motivation to place capacity from a branch office to a head office is called tunneling incentives, which will be influenced by transfer pricing decisions. In addition, the way managers determine transfer prices can be influenced by the bonus mechanisms implemented in the company. A qualitative descriptive method with a literature review approach is used in this study. The results of this study show that there is a different relationship between tunneling incentives and bonus mechanisms in transfer pricing decisions, so there is no clear agreement. Important insights into the factors affecting transfer pricing practices are provided to stakeholders by these findings, as well as their impact on the transparency and accountability of financial statements. This study is expected to be used as a reference for further research and provide recommendations for companies in formulating more effective transfer pricing policies. In addition, this study presents detailed illustrations based on existing facts to assist future research by considering tunneling incentives and bonus mechanisms in the context of transfer pricing.*

Keywords: *Tunneling, Incentive, Bonus, Transfer*

Abstrak. Faktor-faktor yang mempengaruhi *tunneling incentive* dan mekanisme bonus dalam keputusan perusahaan terkait *transfer pricing* dianalisis dalam penelitian ini. Motivasi untuk menempatkan kapasitas mulai cabang perusahaan ke perusahaan pusat disebut sebagai *tunneling incentive*, yang akan dipengaruhi keputusan mengenai *transfer pricing*. Selain itu, cara manajer menentukan harga transfer dapat dipengaruhi oleh mekanisme bonus yang diterapkan di perusahaan. Metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan tinjauan pustaka digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini memperlihatkan adanya hubungan yang berbeda antara *tunneling incentive* dan mekanisme bonus pada keputusan *transfer pricing*, sehingga belum ada kesepakatan yang jelas. Wawasan penting tentang faktor-faktor yang memengaruhi praktik *transfer pricing* diberikan kepada para pemangku kepentingan oleh temuan ini, serta dampaknya terhadap keterbukaan dan tanggung jawab laporan keuangan. Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan referensi pada penelitian selanjutnya dan memberikan rekomendasi bagi perusahaan dalam merumuskan kebijakan *transfer pricing* yang lebih efektif. Selain itu, penelitian ini menyajikan ilustrasi yang rinci berdasarkan kenyataan yang ada untuk membantu penelitian mendatang dengan mempertimbangkan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus dalam konteks *transfer pricing*.

Kata kunci: Tunneling, Incentive, Bonus, Transfer

1. LATAR BELAKANG

Perusahaan besar yang beroperasi di berbagai negara sering kali melaksanakan perdagangan dengan kemitraan lain yang mereka miliki atau yang memiliki hubungan. Untuk menentukan harga yang adil dalam transaksi ini, *transfer pricing* sebagai sebuah metode, dijelaskan oleh (Refgia, 2017). Harga untuk barang, jasa, atau aset yang diperdagangkan di dalam perusahaan tersebut disebut sebagai *transfer pricing*. Sayangnya, metode ini sering disalahgunakan untuk mengurangi pajak dengan cara memanipulasi harga jual beli (Hidayat et al., 2019).

Di Indonesia, banyak perusahaan barang konsumsi dimiliki oleh investor asing. Konflik sering muncul jika ada perubahan keperluan pada pemilik asing (lebih banyak) dan juga pemilik lokal (lebih sedikit). Salah satu bentuk konflik ini adalah ketika pemilik mayoritas berusaha mengambil keuntungan pribadi dari perusahaan dengan memindahkan aset atau keuntungan, yang merugikan pemilik minoritas. Dalam penetapan harga jual beli antar perusahaan dalam satu grup, konflik ini dapat menyebabkan manipulasi harga agar lebih banyak keuntungan mengalir ke perusahaan yang dimiliki oleh pemilik mayoritas di luar negeri (Hartati & Azlina, 2014).

Akhir-akhir ini, banyak perusahaan besar yang beroperasi di berbagai negara melakukan kecurangan pajak di Indonesia dengan memanipulasi harga jual beli barang di dalam perusahaan mereka. Contohnya adalah PT. Adaro Energy, yang berhasil mengurangi pajak hingga jutaan dolar dengan menurunkan harga jual batu bara ke perusahaan afiliasinya di Singapura. Data menunjukkan bahwa praktik seperti ini masih sering terjadi di banyak negara, bahkan setelah bertahun-tahun. Perusahaan-perusahaan ini menggunakan berbagai cara untuk menghindari pajak, seperti perencanaan pajak yang rumit dan manipulasi harga (Rika et al., 2023).

Keputusan perusahaan dalam menentukan harga jual beli antar perusahaan dalam satu grup (*transfer pricing*) dipengaruhi oleh keinginan pemegang saham mayoritas untuk menguntungkan diri sendiri (*tunneling incentive*), sebagaimana ditunjukkan oleh penelitian (Hidayat, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Azizah & Marfuah, 2014), (Lailiyul et al., 2015), (Mineri & Paramitha, 2021), dan (Refgia, 2017) sejalan dengan temuan ini. Keinginan tersebut dinyatakan oleh penelitian (Rahayu et al., 2020) sebagai sesuatu yang tidak selalu berpengaruh. Keputusan *transfer pricing* dapat dipengaruhi oleh pemberian bonus kepada manajemen, sebagaimana dibuktikan oleh (Ayshinta et al., 2019), (Junaidi & Yuniarti, 2020), (Pratiwi, 2018), (Rahayu et al., 2020) dan (Wijaya & Amalia, 2020).

Berdasarkan tinjauan pustaka, kesenjangan penelitian tentang determinan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus pada keputusan *transfer pricing* ditemukan. Referensi untuk penelitian selanjutnya dan rekomendasi tertuju pada perusahaan untuk merumuskan kebijakan *transfer pricing* menjadi lebih efektif diharapkan dapat diberikan oleh penelitian ini. Selain itu, ilustrasi yang jelas berdasarkan kenyataan yang ada disajikan dalam penelitian ini, yang dapat membantu penelitian mendatang dengan mempertimbangkan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus dalam konteks *transfer pricing*.

2. KAJIAN TEORITIS

Teori Akuntansi Positif

Teori akuntansi positif diajukan oleh Watts dan Zimmerman (1990) menjadi dasar dalam penelitian ini. Tindakan pengelola perusahaan dalam menyusun laporan keuangan dibahas dalam teori ini. Dari perspektif pengelola, teori ini menggambarkan praktik akuntansi yang sebenarnya sebagai proses di mana pengelola secara bebas memilih dan menerapkan aturan akuntansi serta standar pelaporan keuangan yang selalu berubah (Afsoni, 2024). Dasar utama dari teori ini adalah asumsi bahwa semua pihak yang berkepentingan, seperti pemegang saham dan pemerintah, bertindak secara rasional untuk mencapai keuntungan maksimal. Hubungan antara pihak-pihak tersebut, terutama yang berkaitan dengan imbalan dan kesejahteraan, juga memengaruhi pemilihan kebijakan akuntansi. Kebijakan akuntansi dipilih berdasarkan pertimbangan keuntungan dan kerugian dari aturan yang diambil (Oktania & Putra, 2023).

Teori Keagenan

Hubungan antara pemilik perusahaan (principal) dan pengelola (agen) dipandang sebagai sebuah perjanjian menurut teori keagenan dinyatakan oleh Jensen dan Meckling (1976). Pemegang kekuasaan menyampaikan kekuasaan untuk pengelola agar mengambil keputusan demi mencapai tujuan tertentu (Jannah et al., 2022). Namun, dalam situasi ini, baik pemilik maupun pengelola cenderung mengejar kepentingan pribadi mereka masing-masing, sehingga tidak dapat diasumsikan bahwa pengelola selalu bertindak sesuai dengan keinginan pemilik. Sebagai pengelola, manajemen perusahaan sering kali lebih mengutamakan kepentingan pribadi dibandingkan kepentingan pemilik. Dengan mengendalikan aset perusahaan, manajemen memiliki motivasi praktik *transfer pricing* guna mengurangi beban pajak dilakukan melalui perjanjian tersebut (Putri, 2019). Adanya perbedaan kepentingan antara manajemen dan pemilik ditekankan dalam teori keagenan, yang menyebabkan masalah ketidakseimbangan informasi. Manajemen, yang memiliki akses lebih banyak terhadap informasi dibandingkan pemilik, dapat memanfaatkan keunggulan ini untuk melakukan tindakan yang menguntungkan dirinya sendiri secara tidak adil (Novira et al., 2020).

Transfer Pricing

Penetapan harga khusus untuk transaksi internal dalam sebuah perusahaan atau antara perusahaan-perusahaan yang saling terkait disebut sebagai *transfer pricing* (Fitriani et al., 2021). Produk atau jasa yang berpindah mulai satu bagian lalu bagian lain di antara suatu perusahaan dikenakan harga ini. Menurut peraturan perpajakan di Indonesia, harga khusus

untuk transaksi yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan dengan relasi khusus, seperti perseroan pusat dan cabang perseroan, ditentukan melalui penentuan harga transfer. Perusahaan multinasional sering melakukan praktik ini untuk mengatur nilai tukar dalam penjualan barang, pengalihan aset, atau pemberian jasa antar perusahaan yang terafiliasi dalam kelompok usahanya (Hidayat et al., 2019). Tujuan utama dari praktik ini adalah beban pajak peruseroan dipindahkan pada negara yang memiliki tarif pajak lebih rendah melalui manipulasi harga jual produk atau jasa. Dengan demikian, beban pajak dapat dikurangi, dan keuntungan dapat ditingkatkan oleh perusahaan. Dua jenis penentuan harga transfer dapat diidentifikasi, yaitu yang terjadi di dalam satu negara dan yang melintasi batas negara (Wardani & Rini, 2021).

Tunneling Incentive

Kekayaan perusahaan dipindahkan dari anak perusahaan di satu negara melalui cabang perseroan atau perseroan pusat pada negara lain, atau langsung kepada pemilik saham mayoritas melalui tindakan *tunneling incentive* (Khotimah, 2020). Tujuan utama dari tindakan ini adalah untuk memperkaya pemilik saham mayoritas (Rifan, 2019). Penundaan pembayaran dividen dan juga penjualan harta perseroan pada pemilik saham mayoritas atau perusahaan afiliasinya dengan harga lebih rendah dari pada nilai sebenarnya sering dilakukan sebagai bentuk *tunneling*, serta menempatkan pemilik saham mayoritas dalam posisi penting di perusahaan untuk memudahkan praktik tersebut. Dengan kata lain, tunneling adalah praktik yang tidak adil di mana pemilik saham mayoritas mengambil keuntungan dari perusahaan untuk kepentingan pribadi (Mineri & Paramitha, 2021).

Mekanisme Bonus

Memberikan bonus kinerja kepada manajer atau direksi, yang sering disebut sebagai mekanisme bonus, adalah praktik umum di perusahaan. Besar bonus yang diberikan biasanya ditentukan oleh seberapa besar keuntungan yang diperoleh perusahaan (Pambudi & Suparman, 2023). Pencapaian kinerja yang telah ditetapkan dihargai melalui sistem bonus ini. Namun, anggapan bahwa perusahaan hanya melakukan praktik *transfer pricing* untuk meningkatkan keuntungan dan membayar bonus adalah pandangan yang terlalu sederhana. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan juga mempertimbangkan faktor lain, seperti reputasi dan citra perusahaan (Mineri & Paramitha, 2021). Oleh karena itu, perusahaan cenderung menyusun laporan keuangan yang jujur dan transparan. Untuk mendapatkan bonus, direksi biasanya berusaha keras untuk meningkatkan keuntungan perusahaan, termasuk dengan menerapkan praktik *transfer pricing*. Fokus sistem bonus tidak hanya pada

keuntungan jangka pendek tetapi juga pada kinerja keseluruhan perusahaan, direksi akan lebih termotivasi untuk mencapai prestasi yang berkelanjutan (Rachmat, 2019).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan tinjauan pustaka (*literature review*). Tinjauan pustaka adalah penjelasan tentang teori, temuan, dan masalah yang sedang diteliti dirumuskan dengan menggunakan penelitian lain. Ide atau penemuan ilmiah dieksplorasi, pertanyaan kritis diajukan, dan kontribusi teoritis serta metodologis diberikan dalam penelitian kepustakaan. Data sekunder yang diperoleh dari hasil penelitian sebelumnya dimanfaatkan dalam penelitian ini. Berbagai sumber digunakan untuk mengumpulkan data yang kemudian disatukan menjadi satu dokumen guna menyelesaikan masalah yang ada (Prawira et al., 2021).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan artikel *literature review* ini dalam konsentrasi *transfer pricing* didasarkan pada kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan.

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Pengaruh positif yang signifikan pada keputusan *transfer pricing* di perseroan dianggap dimiliki oleh *tunneling incentive*, di mana kekayaan perusahaan dipindahkan agar kebutuhan sendiri yang dimiliki pada pemegang saham pengendali melalui manipulasi harga transfer dalam transaksi dengan pihak yang berelasi. Praktik ini umumnya dilakukan untuk memaksimalkan kesejahteraan pribadi pemegang saham pengendali, meskipun sering kali mengorbankan kepentingan pemegang saham minoritas (Refgia, 2017). Di perusahaan-perusahaan yang terafiliasi dalam grup bisnis multinasional, hubungan antar perusahaan memungkinkan negosiasi harga transfer yang lebih fleksibel. Pemilik perusahaan yang memiliki kekuasaan besar sering kali melakukan *tunneling* demi keuntungan pribadi, dengan memindahkan aset perusahaan dengan alasan penghematan biaya, sehingga biaya transaksi menjadi lebih rendah (Azizah & Marfuah, 2014). Ditemukan dalam penelitian oleh (Hidayat et al., 2019), (Mineri & Paramitha, 2021), dan (Lailiyul et al., 2015) adalah *tunneling incentive* memiliki pengaruh positif pada *transfer pricing*, terutama memiliki perseroan oleh individu atau kelompok kecil. Semakin besar kekuasaan pemilik, semakin besar kemungkinan mereka untuk memanipulasi harga jual beli demi keuntungan pribadi, yang pada akhirnya merugikan pemegang saham minoritas karena berkurangnya keuntungan perusahaan. *Tunneling incentive* juga dianggap berpengaruh positif pada

transfer pricing, seperti yang diteliti pada penelitian lain (Kusuma et al., 2022), (Rifqiyati et al., 2021), (Jama et al., 2024), dan (Saragih & Rusdi, 2024).

Pengaruh negatif terhadap praktik *transfer pricing* bisa dimiliki dengan *tunneling incentive*, seperti yang ditunjukkan pada penelitian sebelumnya oleh Rosa (2017) dan Nugraha (2016). Pengaruh negatif terhadap praktik *transfer pricing* bisa dimiliki dengan *tunneling incentive*, seperti yang ditunjukkan pada penelitian sebelumnya oleh (Rahmawati & Mulyani, 2020). Dijelaskan dalam hasil penelitian oleh (Hertanto et al., 2023) bahwa *tunneling incentive* berpengaruh negatif secara parsial, meskipun pengaruh tersebut tidak signifikan, pada *transfer pricing*. Penurunan yang terjadi pada pelaksanaan *transfer pricing* bisa disebabkan karena meningkatnya nilai *tunneling incentive*, karena kecukupan dana usaha yang berkurang akibat insentif yang diberikan kepada pemegang saham, sehingga *transfer pricing* menjadi tidak diperlukan. *Tunneling incentive* dianggap berpengaruh negatif pada *transfer pricing*, sebagaimana dinyatakan pada penelitian oleh (Afifah & Agustina, 2020), (Baiti & Suryani, 2020), dan (Putri, 2019).

Transfer pricing tidak dipengaruhi secara parsial oleh *tunneling incentive*, menurut (Pambudi & Suparman, 2023) *transfer* jika dilaksanakan dengan perseroan tidak selalu berupa saham ataupun dividen. Sebagai gantinya, pendanaan lain yang diberikan oleh perusahaan tidak akan dianggap dengan melakukan *tunneling incentive*. Kepemilikan saham yang melebihi 20% oleh perusahaan asing, menurut mereka, tidak memberikan kekuatan yang signifikan kepada pemegang saham dengan menguasai *transfer pricing*, keputusan tersebut harus dibahas oleh pemegang saham lain, paling utama dengan pemegang saham yang paling banyak, baik dalam hal operasi maupun investasi (Wijaya & Amalia, 2020)). *Tunneling incentive* dianggap tidak berpengaruh pada *transfer pricing*, sebagaimana dinyatakan pada penelitian yang dilakukan oleh (Junaidi & Yuniarti, 2020), (Rahayu et al., 2020), dan (Saifudin & Putri, 2018).

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Kualifikasi yang dimiliki seseorang akan bertambah sebagai apresiasi pada manajemen dan direksi berdasarkan laba perusahaan diberikan oleh mekanisme ini sebagai strategi. Laba sering digunakan sebagai acuan dalam perhitungan bonus bagi manajemen atau karyawan praktik *transfer pricing* dimanfaatkan oleh manajemen dengan menjual kepada perusahaan afiliasi agar memberikan tambahan yang diterima, terutama apabila tambahan itu sangat bergantung di laba (Haryadi, 2024). Kenaikan pemberian tambahan akan ada jika ada juga kenaikan pada praktik *transfer pricing* perseroan, yang menunjukkan pengaruh positif ini (Ratsianingrum et al., 2020). Transaksi *transfer pricing* berpengaruh

pada mekanisme bonus, yang itu adalah cara bagi akuntansi memiliki tujuan untuk menambahkan ganti rugi bagi direksi ataupun manajemen yang menaikkan laba perseroan dengan menyeluruh, sebagaimana sejalan dengan penelitian oleh (Lorensius & Aprilyanti, 2022), (Pambudi & Suparman, 2023), (Rachmat, 2019) dan (Rifan, 2019). Penelitian yang dilakukan oleh (Fuziah & Saebani, 2018), (Hartati & Azlina, 2014), (Melmusi, 2016), dan (Saifudin & Putri, 2018) menyatakan bahwa *transfer pricing* berpengaruh positif pada mekanisme bonus.

Pengaruh negatif secara parsial pada *transfer pricing* diungkapkan oleh penelitian (Purba et al., 2024), meskipun pengaruh tersebut tidak signifikan. Pelaksanaan *transfer pricing* dapat berkurang dengan penambahan mekanisme bonus, karena itu mekanisme bonus dianggap menjadi beban untuk perseroan untuk memberi insentif pada manajer, pada gilirannya akan menurunkan laba perusahaan, maka dari itu *transfer pricing* sudah tidak diperlukan lagi. Penelitian ini berisi tentang mekanisme bonus secara parsial berpengaruh negatif namun tidak signifikan pada *transfer pricing* didukung oleh temuan ini. Kinerja yang kurang baik akan terlihat pada manajemen jika perusahaan melakukan *transfer pricing*, yang pada gilirannya dapat mengurangi penerimaan bonus bagi para manajer. Praktik *transfer pricing* cenderung dikurangi atau bahkan tidak dilakukan oleh para manajer demi menjaga reputasi perusahaan (Ningtyas & Mutmainah, 2022), Mekanisme bonus dianggap berpengaruh negatif pada *transfer pricing*, sebagaimana dinyatakan pada penelitian (Cahyani et al., 2023), (Hertanto et al., 2023), dan (Sulistiyowati & Kananto, 2019).

Kesepakatan perseroan yang dilakukan untuk transaksi *transfer pricing* tidak dipengaruhi pada mekanisme bonus. Kinerja perseroan dapat ditingkatkan oleh manajemen melalui efisiensi dalam pembayaran pajak jika kebijakan bonus diterapkan dengan baik, yang diharapkan oleh pemilik. Pengeluaran pajak tidak selalu bergantung pada mekanisme bonus untuk dikurangi, karena manajemen pajak menerapkan perseroan akan berpengaruh dengan nilai perseroan secara keseluruhan (Tanuwiharja Surjana M, 2020). Pencapaian kelompok diukur untuk menentukan kompensasi bonus dalam suatu perusahaan, dan kerja sama dalam kelompok tersebut diharapkan dapat meningkatkan profit yang dihasilkan perusahaan, sehingga dapat menjadi dasar pemberian bonus (Jannah et al., 2022). Mekanisme bonus tidak dianggap berpengaruh pada *transfer pricing*, sebagaimana dinyatakan dalam penelitian (Badri et al., 2021), (Mineri & Paramitha, 2021), dan (Sari & Djohar, 2022).

5. KESIMPULAN

Studi literatur ini mengenai kesepakatan perseroan untuk melakukan *transfer pricing* yang berpengaruh pada oleh determinan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus, menunjukkan bahwa variasi hasil yang signifikan ditemukan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Beberapa studi menemukan pengaruh positif, pengaruh negatif atau bahkan tidak ada pengaruh sama sekali ditunjukkan oleh yang lain. Perbedaan ini mencerminkan kompleksitas keputusan *transfer pricing* di perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, serta menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih mendalam mengenai konteks dan kondisi spesifik yang dapat memengaruhi hasil penelitian. Temuan ini menekankan pentingnya dilakukan penelitian lebih lanjut untuk mengeksplorasi dinamika yang ada dan wawasan yang lebih komprehensif dalam pengambilan keputusan diberikan bagi para pemangku kepentingan, terkait *transfer pricing*.

DAFTAR REFERENSI

- Afifah, N., & Agustina, H. (2020). Analisis pajak, ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, kepemilikan asing dan tunneling incentive terhadap transfer pricing.
- Afsoni, Y. (2024). Pengaruh transfer pricing, intensitas aset tetap dan profitabilitas terhadap penghindaran pajak.
- Ayshinta, P. J., Agustin, H., & Afriyenti, M. (2019). Pengaruh tunneling incentive, mekanisme bonus dan exchange rate terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing (Studi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014–2017).
- Azizah, A. P. N. A., & Marfuah. (2014). Pengaruh pajak, tunneling incentive dan exchange rate pada keputusan transfer pricing perusahaan.
- Badri, J., Das, N. A., & Putra, Y. E. (2021). Pengaruh minimalisasi pajak, mekanisme bonus kepemilikan asing terhadap transfer pricing pada perusahaan manufaktur multinasional yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Profita: Akuntansi dan Bisnis*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.47896/ab.v2i1.328>
- Baiti, N., & Suryani. (2020). Pengaruh effective tax rate, tunneling incentive, exchange rate dan mekanisme bonus pada keputusan transfer pricing perusahaan.
- Cahyani, G., Hafizi, M. R., & Wehdawati, W. (2023). Pengaruh beban pajak, bonus plan, dan tunneling incentive terhadap keputusan transfer pricing. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 4(1), 47–56. <https://doi.org/10.47065/jbe.v4i1.2504>
- Fitriani, D. N., Djaddang, S., & Suyanto. (2021). Pengaruh transfer pricing, kepemilikan asing, kepemilikan institusional terhadap agresitas pajak dengan corporate social responsibility sebagai variabel moderasi. *KINERJA Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2).

- Fuziah, N. F., & Saebani, A. (2018). Pengaruh pajak, tunneling incentive, dan mekanisme bonus terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing.
- Hartati, W., & Azlina, N. (2014). Analisis pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan transfer pricing (Studi empiris pada seluruh perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia).
- Haryadi, D. (2024). Analisis pengaruh beban pajak, profitabilitas, mekanisme bonus dan exchange rate terhadap transfer pricing pada perusahaan sektor barang baku di Bursa Efek Indonesia. <https://doi.org/10.46306/rev.v5i1>
- Hertanto, A. D., Marundha, A., Eprianto, I., & Kuntadi, C. (2023). Pengaruh effective tax rate, mekanisme bonus, dan tunneling incentive terhadap transfer pricing (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017–2021). www.ortax.org.
- Hidayat, W. W., Winarso, W., & 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 (JIAM)*, 15(1). www.idx.co.id.
- Jama, R., Ali, I., & Sardju, F. (2024). Pengaruh perencanaan pajak, tunneling incentive, aset tidak berwujud, persentase komisaris independen dan debt covenant terhadap transfer pricing. *Public Policy*. <https://stia-saidperintah.e-journal.id/ppj>