

## Pengaruh Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tunneling Incentive* sebagai Variabel Moderasi

Nafisatun Khasanah<sup>1</sup>, Muhammad Khafid<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, [nafisatunkh@gmail.com](mailto:nafisatunkh@gmail.com)

<sup>2</sup>Universitas Negeri Semarang, Jawa Tengah, Indonesia, [muh\\_khafid@mail.unnes.ac.id](mailto:muh_khafid@mail.unnes.ac.id)

Corresponding Author: [nafisatunkh@gmail.com](mailto:nafisatunkh@gmail.com)<sup>1</sup>

**Abstract:** *The purpose of this study is to obtain empirical evidence regarding the effect of profitability, leverage, and company size on transfer pricing and tunneling incentive as a moderating variable in energy companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2023. This study used purposive sampling technique and obtained 253 units of analysis. The results of this study indicate that profitability and leverage have a positive and significant effect on transfer pricing, while company size has a negative and significant effect on transfer pricing. Tunneling incentive weakens the effect of profitability and leverage on transfer pricing, but tunneling incentive is not able to moderate the effect of company size on transfer pricing.*

**Keywords:** *Leverage, Profitability, Company Size, Transfer Pricing, Tunneling Incentive*

**Abstrak:** Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* serta *tunneling incentive* sebagai variabel moderasi pada perusahaan energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023. Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan diperoleh sebanyak 253 unit analisis. Data diolah menggunakan Eviews 12. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. *Tunneling incentive* memperlemah pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap *transfer pricing*, namun *tunneling incentive* tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

**Kata Kunci:** *Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Transfer Pricing, Tunneling Incentive*

### PENDAHULUAN

Perdagangan global yang semakin merebak memicu pertumbuhan perusahaan perorangan menjadi perusahaan multinasional yang menembus pangsa pasar internasional. Pesatnya arus organisasi bisnis melalui Organisasi Perdagangan Dunia WTO (*World Trade Organization*) mengakibatkan perekonomian dan arus perdagangan antar negara semakin meluas dan berkembang hingga kini (Solikhah dkk., 2021). Perbedaan tarif pajak di berbagai

negara menyebabkan perusahaan multinasional memilih untuk mendirikan anak atau cabang perusahaan di negara yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah (Baroroh dkk., 2021). Skema perencanaan pajak dalam bentuk *transfer pricing* digunakan oleh perusahaan sebagai langkah meminimalkan beban pajak. Adanya praktik *transfer pricing* antar perusahaan mengakibatkan berkurangnya penerimaan pajak di suatu negara. Praktik ini mengurangi penerimaan pajak suatu negara, seperti yang dilaporkan oleh *Tax Justice Network* bahwa Indonesia kehilangan \$2,8 miliar per tahun akibat *tax haven*. Salah satu kasus *transfer pricing* di Indonesia adalah PT Adaro Energy Tbk yang diduga melakukan *transfer pricing* melalui anak usahanya di Singapura untuk mengurangi pembayaran pajak hingga US\$ 125 juta.

Penelitian Muzal & Lastanti, (2024) menemukan hasil bahwa profitabilitas terbukti berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan laba tinggi menghadapi beban pajak yang besar. Bertolak belakang dengan hasil temuan Rustian & Syafri, (2023) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hasil yang berbeda ditemukan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Mulya (2022) yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh profitabilitas terhadap praktik *transfer pricing*.

Terdapat faktor lain yang melatarbelakangi perusahaan multinasional melakukan praktik *transfer pricing* yaitu *leverage*. Penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dkk., (2021) menemukan bahwa *leverage* memiliki efek positif terhadap *transfer pricing*. Berkebalikan dengan hasil penelitian Rustian & Syafri, (2023) yang mengungkapkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hasil yang berbeda ditemukan pada hasil penelitian Adilah dkk., (2022) yang menemukan hasil bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Ukuran perusahaan menjadi faktor lain yang dipertimbangkan. Perusahaan besar cenderung lebih terlibat dalam transaksi dengan afiliasi, yang sering kali mengindikasikan *transfer pricing*. Penelitian yang meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing* dilakukan oleh Aliyah & Amelia (2023) serta Waty dkk., (2022) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Kontradiksi dengan penelitian sebelumnya, Wahyudi & Fitriah, (2021) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. Hasil yang berbeda ditemukan pada penelitian yang dilakukan Gracia & Sandra (2022) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

*Tunneling incentive* yang merujuk pada pengalihan kekayaan antar-entitas dalam satu grup untuk menguntungkan pemilik mayoritas, konsisten berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* Sulhendri dkk., (2023) yang menemukan hasil bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mineri & Paramitha, (2021) dan Baroroh dkk., (2021). Hasil yang konsisten dalam penelitian-penelitian terdahulu menjadikan variabel *tunneling incentive* dipilih sebagai variabel moderating pada penelitian ini.

Mengacu pada teori keagenan, diketahui bahwa terdapat perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemerintah terkait dengan pembayaran pajak. Perbedaan tersebut berkaitan dengan upaya pemerintah dalam optimalisasi pajak, namun perusahaan justru melakukan upaya untuk meminimalkan pembayaran pajak dengan tindakan *transfer pricing*. Konflik keagenan juga terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Teori ini diterapkan untuk menafsirkan permasalahan berkaitan dengan pengaruh variabel profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*.

*Agency theory* menjelaskan bahwa terdapat konflik benturan kepentingan antara wajib pajak atau perusahaan dengan otoritas pajak. Wajib Pajak memiliki kewajiban untuk membayar beban pajak, sedangkan perusahaan berorientasi pada profitabilitas yang tinggi. Pajak dinilai dapat mengurangi laba yang dihasilkan oleh perusahaan, oleh karena itu perusahaan berupaya untuk meminimalkan beban pajak melalui *transfer pricing* (Devi & Suryarini, 2020). Salah satu upaya tindakan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan multinasional adalah dengan mengalihkan laba perusahaan ke anak perusahaan atau cabang perusahaan yang berada

di luar negeri. Tindakan tersebut tentu menguntungkan perusahaan, karena perusahaan dapat memaksimalkan laba dengan pembayaran pajak yang lebih rendah atau tidak sesuai dengan pembayaran yang seharusnya. Hal tersebut kontras dengan otoritas pajak atau pemerintah yang berupaya untuk mengoptimalkan pendapatan sektor pajak. Tingginya pajak yang dikenakan terhadap laba yang dihasilkan perusahaan, menjadi salah satu faktor perusahaan mengambil keputusan transfer pricing agar dapat mengurangi beban pajaknya. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Hariaji & Akbar, (2021) yang memberikan bukti bahwa terdapat pengaruh positif antara profitabilitas dengan *transfer pricing*. Temuan tersebut didukung oleh beberapa penelitian lainnya yang menganalisis mengenai hubungan profitabilitas dengan *transfer pricing*, yaitu Cledy & Amin, (2020), Ramadhany & Amin, (2023), Sulhendri dkk., (2023), Muzal & Lastanti, (2024), Denny dkk., (2024). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas perusahaan, maka semakin tinggi perusahaan melakukan tindakan *transfer pricing*. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis disimpulkan sebagai berikut: H1: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

Perbedaan kepentingan antara *agent* (manajer) dan *principal* (pemerintah) dalam optimalisasi pajak telah dijelaskan dalam teori keagenan. Bagi perusahaan, pajak merupakan beban yang dapat mengurangi keuntungan perusahaan. Terdapat beberapa cara yang sering digunakan oleh organisasi bisnis untuk meminimalkan kewajiban perpajakannya secara legal yang masih diperbolehkan berdasarkan peraturan perpajakan yang berlaku. Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, salah satu opsi yang dimaksud adalah dengan menggunakan kebijakan *leverage* atau tingkat penggunaan utang (Darma & Fitri, 2021). Perusahaan dapat menggunakan kebijakan *leverage* dengan mengambil kebijakan penggunaan utang untuk membiayai aktivitas operasinya, sebagaimana tercermin dalam komposisi struktur modalnya. Apabila suatu perusahaan menggunakan utang, maka timbul bunga yang harus dibayarkan secara berkala kepada kreditur. Peraturan perpajakan memperlakukan biaya bunga sebagai bagian dari beban operasional perusahaan. Perusahaan dengan tingkat utang yang tinggi mungkin lebih cenderung menggunakan *transfer pricing* untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan beban pajak. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwandi & Syarifudin, (2024), Pondrinal dkk., (2023), Sulhendri dkk., (2023), Wahyudi & Fitriah, (2021), Wahyudi dkk., (2021). Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya dapat diartikan bahwa semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan, maka semakin tinggi juga *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis disimpulkan sebagai berikut: H2: *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

Teori yang mendasari hubungan antara *firm size* terhadap *transfer pricing* adalah teori keagenan. Teori keagenan menerangkan bahwa dalam perusahaan besar keputusan *transfer pricing* dipengaruhi oleh konflik kepentingan antara manajer yang ingin memaksimalkan keuntungan global dengan pemerintah dalam mengotimalisasi pajak. Seorang *agent* (manajer) bertanggung jawab dalam menentukan harga transfer antar divisi tertentu. Kebijakan harga transfer yang dilakukan oleh manajer tidak selaras dengan tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah. Pemerintah berfokus pada pengoptimalan penerimaan negara sektor pajak. Dalam konteks penetapan harga transfer, seorang manajer lebih condong menetapkan harga yang menguntungkan bagi perusahaan yang mungkin tidak selalu sejalan dengan kepentingan pemerintah. Beberapa penelitian sebelumnya telah mencoba menganalisis hubungan antara *firm size* terhadap *transfer pricing*. Salah satunya adalah penelitian Kurnila dkk., (2024) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Perusahaan multinasional berskala besar lebih cenderung menggunakan *transfer pricing* sebagai strategi untuk meminimalkan beban pajak. Temuan tersebut didukung oleh beberapa penelitian lainnya yaitu Aliyah & Amelia (2023), Waty dkk., (2022), Saputra, (2023), Ginting & Sudjiman, (2021), Setyorini & Nurhayati (2022). Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dapat diartikan bahwa semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka semakin besar tindakan *transfer pricing* yang dilakukan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis disimpulkan sebagai berikut: H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*.

*Agency theory* memberikan pemahaman untuk memahami *tunneling incentive* dalam praktik *transfer pricing*. Konflik kepentingan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas, serta asimetri informasi antara manajemen dan pemegang saham, menciptakan kondisi dimana *tunneling incentive* dapat terjadi. Tindakan *tunneling incentive* dapat berupa penetapan harga transfer yang tidak wajar dalam transaksi antar perusahaan untuk memindahkan laba ke entitas bisnis di negara lain yang memiliki tarif pajak lebih rendah. Praktik *tunneling incentive* berhubungan dengan profitabilitas suatu perusahaan. Profitabilitas sebagai rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba memengaruhi keputusan *transfer pricing*. Penelitian Muzal & Lastanti, (2024) menemukan bahwa perusahaan dengan profitabilitas tinggi cenderung mengimplementasikan praktik *transfer pricing* guna mengurangi jumlah pajak yang harus dibayarkan. Hal ini terjadi karena perusahaan ingin mengalihkan laba ke entitas yang terletak di yurisdiksi pajak yang lebih rendah. Sesuai dengan pernyataan sebelumnya, hal ini dapat dipahami bahwa *tunneling incentive* dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap upaya *transfer pricing*. Ketika profitabilitas tinggi, maka potensi praktik *tunneling incentive* akan lebih tinggi melalui pengalihan laba sehingga memaksimalkan laba perusahaan yang lebih menguntungkan secara fiskal. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis disimpulkan sebagai berikut: H4: *Tunneling incentive* memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing*.

Perbedaan kepentingan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas terkait *leverage* dalam skema *transfer pricing* menimbulkan dinamika yang cukup kompleks dalam pengambilan keputusan perusahaan. Pemegang saham mayoritas mempunyai hak pengendali dalam *tunneling incentive* untuk menerapkan praktik penetapan harga transfer, namun pemegang saham minoritas berisiko dirugikan oleh keputusan tersebut. Pemegang saham minoritas akan dirugikan dengan adanya tindakan *tunneling incentive* karena terjadi pengalihan utang yang menyebabkan berkurangnya pembagian deviden yang diterima pemegang saham minoritas akibat transfer utang yang mengurangi laba perusahaan. Pengalihan utang tersebut mengakibatkan berkurangnya laba perusahaan, sehingga pajak terutang menjadi lebih rendah. Melalui pembayaran pajak yang rendah akan memaksimalkan keuntungan yang dihasilkan perusahaan. Sejalan dengan pernyataan sebelumnya, dapat dipahami bahwa ketika tingkat *leverage* tinggi, maka dibarengi dengan tingginya *transfer pricing* yang diperkuat oleh skema *tunneling incentive*. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis disimpulkan sebagai berikut: H5: *Tunneling incentive* memperkuat pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan teori keagenan, ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik *transfer pricing*, terutama karena perusahaan besar memiliki lebih banyak afiliasi internasional dan operasi lintas batas yang kompleks. Dalam konteks teori keagenan, konflik kepentingan muncul antara manajemen (*agent*) yang mengelola perusahaan besar dan pemilik (*principal*), karena manajer sering kali lebih fokus pada pengelolaan laba dan efisiensi pajak untuk mencapai tujuan keuangan jangka pendek. Perusahaan besar memiliki lebih banyak sumber daya dan peluang untuk melakukan *transfer pricing* guna memindahkan keuntungan antar entitas di berbagai yurisdiksi pajak. Salah satu cara yang digunakan untuk memanipulasi laba adalah melalui praktik *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* adalah praktik dimana manajer atau pemegang saham mayoritas memindahkan aset atau sumber daya dari perusahaan untuk keuntungan pribadi. Dalam konteks ini, *tunneling incentive* dapat terjadi jika manajer menggunakan *transfer pricing* secara tidak etis untuk mengalihkan keuntungan dari satu entitas ke entitas lain, sehingga merugikan pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* bertindak sebagai moderator yang memperkuat hubungan antara ukuran perusahaan dan keputusan penetapan harga transfer. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka hipotesis disimpulkan sebagai berikut: H6: *Tunneling incentive* memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

**METODE**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa studi pengujian hipotesis (*Hyphothesis testing study*) yang bersifat kausalitas. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik korelatif.. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian yaitu menggunakan Eviews 12. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan migas yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023. Penentuan sampel dilakukan secara purposive sampling dengan kriteria dan syarat khusus yang ditentukan oleh peneliti. Berikut merupakan tabel kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

**Tabel 1. Kriteria Pemilihan Sampel**

| No                          | Keterangan                                                                                                                   | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------|------|------|
| 1                           | Perusahaan energi yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023.                                                | 83   | 83   | 83   | 83   | 83   |
| 2                           | Perusahaan energi yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2019-2023. | (19) | (13) | (7)  | (3)  | (6)  |
| 3                           | Perusahaan energi yang mengalami kerugian periode 2019-2023.                                                                 | (15) | (27) | (20) | (15) | (12) |
| 4                           | Perusahaan energi dengan penyajian data yang tidak lengkap terkait data yang dibutuhkan dalam penelitian tahun 2019-2023.    | (5)  | (6)  | (3)  | (5)  | (6)  |
| <b>Unit Analisis</b>        |                                                                                                                              | 44   | 37   | 53   | 60   | 59   |
| <b>Jumlah Unit Analisis</b> |                                                                                                                              | 253  |      |      |      |      |

**Tabel 2. Tabel Ringkasan Operasional Variabel**

| No | Variabel                   | Definisi                                                                                                                                                                                                                                                     | Indikator Pengukuran                                                                                | Skala |
|----|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1  | <i>Transfer Pricing</i>    | <i>Transfer pricing</i> adalah suatu kebijakan sebuah perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud atau pun transaksi finansial dalam transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. | $RPTAL = \frac{RPT\ asset + RPT\ liabilities}{Equity}$ (Sari dkk., 2022)                            | Rasio |
| 2  | Profitabilitas             | Rasio profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba.                                                                                                                                                                    | $ROE = \frac{Laba\ Bersih\ setelah\ Pajak}{Total\ Ekuitas}$ (Baroroh dkk., 2021)                    | Rasio |
| 3  | <i>Leverage</i>            | <i>Leverage ratio</i> merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aset perusahaan dibiayai dengan utang.                                                                                                                                       | $DAR = \frac{Total\ Utang}{Total\ Aset}$ (Ginting dkk., 2021)                                       | Rasio |
| 4  | Ukuran Perusahaan          | Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan                                                                                                                               | $Firm\ Size = \text{Logaritma Natural}(Revenues)$ (Lubis & Wenten, 2024)                            | Rasio |
| 5  | <i>Tunneling Incentive</i> | <i>Tunneling incentive</i> adalah perilaku yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas untuk memindahkan aset atau keuntungan perusahaan demi keuntungan pribadi yang dapat merugikan pemegang saham minoritas.                                             | $Tun = \frac{kepemilikan\ saham\ terbesar}{kepemilikan\ saham\ beredar}$ (Mineri & Paramitha, 2021) | Rasio |

Setelah data objek penelitian dikumpulkan, analisis dilakukan menggunakan program Eviews 12.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

**Tabel 3. Statistik Deskriptif**

|              | N   | Minimum   | Maximum  | Mean     | Std. Dev. |
|--------------|-----|-----------|----------|----------|-----------|
| <b>RPTAL</b> | 253 | -0,516948 | 8,060422 | 0,247679 | 0,775172  |
| <b>ROE</b>   | 253 | -0,990981 | 2,072341 | 0,203561 | 0,273515  |
| <b>DAR</b>   | 253 | 0,044054  | 1,074673 | 0,473063 | 0,210903  |
| <b>LNRev</b> | 253 | 21,79571  | 32,47084 | 28,41036 | 2,064876  |
| <b>TUN</b>   | 253 | 0,055195  | 0,999987 | 0,587578 | 0,167911  |

Pada tabel 3 menunjukkan informasi dari setiap variabel yaitu *transfer pricing* (RPTAL), profitabilitas (ROE), *leverage* (DAR), ukuran perusahaan (LNRev), dan *tunneling incentive* (TUN). Berdasarkan tabel 4.1 diketahui jumlah data observasi sebanyak 253 unit analisis data. Jumlah tersebut merupakan jumlah *unbalance* data yang diperoleh dari populasi yang telah memenuhi kriteria pemilihan sampling penelitian sehingga menjadi sampel penelitian ini.

### Uji Chow

**Tabel 4. Hasil Uji Chow**

Redundant Fixed Effects Tests  
Equation: FEM  
Test cross-section fixed effects

| Effects Test             | Statistic  | d.f.     | Prob.  |
|--------------------------|------------|----------|--------|
| Cross-section F          | 30.930246  | (71,177) | 0.0000 |
| Cross-section Chi-square | 656.732476 | 71       | 0.0000 |

Nilai probabilitas *Cross-section Chi-square* sebesar 0,0000 dimana nilai 0,0000 lebih kecil dari 0,05 sehingga *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model yang lebih baik dari pada *Common Effect Model* (CEM).

### Uji Hausman

**Tabel 5. Hasil Uji Hausman**

Correlated Random Effects - Hausman Test  
Equation: Untitled  
Test cross-section random effects

| Test Summary         | Chi-Sq. Statistic | Chi-Sq. d.f. | Prob.  |
|----------------------|-------------------|--------------|--------|
| Cross-section random | 21.030908         | 4            | 0.0003 |

Nilai probabilitas *Cross-section Random* sebesar 0,0003, dimana nilai 0,0003 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 sehingga *Fixed Effect Model* (FEM) merupakan model yang lebih baik dari pada *Random Effect Model* (REM).

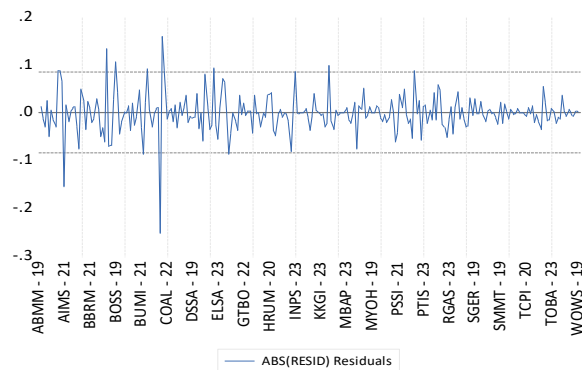
### Uji Multikolinearitas

**Tabel 6. Uji Multikolinearitas**

|         | RPTAL     | ROE      | DAR      | LNREVENUES | TUN       |
|---------|-----------|----------|----------|------------|-----------|
| RPTAL   | 1.000000  | 0.165232 | 0.324076 | -0.096910  | 0.061315  |
| ROE     | 0.165232  | 1.000000 | 0.045486 | 0.245166   | 0.010406  |
| DAR     | 0.324076  | 0.045486 | 1.000000 | 0.109804   | 0.002295  |
| LNRE... | -0.096910 | 0.245166 | 0.109804 | 1.000000   | -0.159739 |
| TUN     | 0.061315  | 0.010406 | 0.002295 | -0.159739  | 1.000000  |

Berdasarkan tabel 6 hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa korelasi antar variabel independen lebih kecil 0.80 sehingga dapat ditarik diketahui bahwa model regresi data panel dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas.

### Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1. Uji Heterokedastisitas

Dari grafik residual (warna biru) dapat dilihat bahwa grafik tersebut tidak melewati batas (500 dan -500) yang berarti varian residual sama. Berdasarkan grafik tersebut, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

### Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 7. Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

| Variable   | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob.  |
|------------|-------------|------------|-------------|--------|
| C          | 1.023545    | 0.857840   | 1.193165    | 0.2344 |
| ROE        | 0.909816    | 0.254904   | 3.569251    | 0.0005 |
| DAR        | 2.602815    | 0.449351   | 5.792392    | 0.0000 |
| LNREVENUES | -0.064047   | 0.031318   | -2.045026   | 0.0423 |
| ROE_TUN    | -0.791725   | 0.357733   | -2.213170   | 0.0282 |
| DAR_TUN    | -1.515700   | 0.640027   | -2.368182   | 0.0190 |
| LNREV_TUN  | 0.008639    | 0.013214   | 0.653767    | 0.5141 |

Berdasarkan tabel 7 maka persamaan regresi moderasi yang terbentuk pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$RPTAL = 1,023545 + 0,909816 (ROE) + 2,602815 (DAR) - 0,064047 (LNREVENUES) - 0,791725 (ROE*TUN) - 1,515700 (DAR*TUN) + 0,008639 (LNREVENUES*TUN) + e$$

Persamaan regresi moderasi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (*constant*) sebesar 1,023545 berarti jika variabel profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan konstan maka nilai variabel *transfer pricing* sebesar 1,023545.
- 2) Koefisien regresi profitabilitas (ROE) sebesar 0,909816 yang berarti profitabilitas berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan arah positif. Nilai koefisien 0,909816 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan profitabilitas maka akan menyebabkan kenaikan *transfer pricing* sebesar 0,909816 atau sebaliknya dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 3) Koefisien regresi *leverage* (DAR) sebesar 2,602815 yang berarti *leverage* berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan arah positif. Nilai koefisien 2,602815 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan *leverage* maka akan menyebabkan kenaikan *transfer pricing* sebesar 2,602815 atau sebaliknya dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 4) Koefisien regresi ukuran perusahaan (LNREVENUES) sebesar -0,064047 yang berarti ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *transfer pricing* dengan arah negatif. Nilai koefisien -0,064047 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan ukuran perusahaan maka akan menyebabkan penurunan *transfer pricing* sebesar -0,064047 atau sebaliknya dengan asumsi variabel lainnya konstan.

- 5) Koefisien regresi variabel interaksi ROE\*TUN sebesar  $-0,791725$  yang berarti variabel *tunneling incentive* dapat memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing*. Nilai koefisien  $-0,791725$  menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel interaksi ROE\*TUN maka akan menyebabkan penurunan *transfer pricing* sebesar  $-0,791725$  atau sebaliknya dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 6) Koefisien regresi variabel interaksi DAR\*TUN sebesar  $-1,515700$  yang berarti variabel *tunneling incentive* dapat memperlemah pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*. Nilai koefisien  $-1,515700$  menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel interaksi DAR\*TUN maka akan menyebabkan penurunan *transfer pricing* sebesar  $-1,515700$  atau sebaliknya dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- 7) Koefisien regresi variabel interaksi LNREVENUES\*TUN sebesar  $0,008639$  yang berarti variabel *tunneling incentive* dapat memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Nilai koefisien  $0,008639$  menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel interaksi LNREVENUES\*TUN maka akan menyebabkan kenaikan *transfer pricing* sebesar  $0,008639$  atau sebaliknya dengan asumsi variabel lainnya konstan.

### Uji Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)

**Tabel. 8 Hasil Uji Determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*)**

|                    |          |                       |          |
|--------------------|----------|-----------------------|----------|
| R-squared          | 0.940816 | Mean dependent var    | 0.247679 |
| Adjusted R-squared | 0.914775 | S.D. dependent var    | 0.775172 |
| S.E. of regression | 0.226298 | Akaike info criterion | 0.114069 |
| Sum squared resid  | 8.961883 | Schwarz criterion     | 1.203414 |
| Log likelihood     | 63.57031 | Hannan-Quinn criter.  | 0.552349 |
| F-statistic        | 36.12852 | Durbin-Watson stat    | 1.955329 |
| Prob(F-statistic)  | 0.000000 |                       |          |

Nilai *Adjusted R<sup>2</sup>* sebesar  $0,914775$ , sehingga dapat diketahui bahwa variabel independen dalam penelitian ini mampu menjelaskan variabel dependen sebesar  $91,47\%$ . Sementara tersisa  $8,53\%$  dijelaskan oleh variabel lain diluar model regresi dalam penelitian ini.

Ringkasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 9.

**Tabel 9. Ringkasan Hasil Uji Hipotesis**

| No | Hipotesis                                                                                                                      | Koefisien | Probabilitas | Hasil    |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------|----------|
| 1  | Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i>                                             | 0,909816  | 0,0005       | Diterima |
| 2  | <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i>                                            | 2,602815  | 0,0000       | Diterima |
| 3  | Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>transfer pricing</i>                                          | -0,064047 | 0,0423       | Ditolak  |
| 4  | <i>Tunneling incentive</i> dapat memperkuat pengaruh positif dan signifikan profitabilitas terhadap <i>transfer pricing</i>    | -0,791725 | 0,0282       | Ditolak  |
| 5  | <i>Tunneling incentive</i> dapat memperkuat pengaruh positif dan signifikan <i>leverage</i> terhadap <i>transfer pricing</i>   | -1,515700 | 0,0190       | Ditolak  |
| 6  | <i>Tunneling incentive</i> dapat memperkuat pengaruh positif dan signifikan ukuran perusahaan terhadap <i>transfer pricing</i> | 0,008639  | 0,5141       | Ditolak  |

### Pembahasan

#### Pengaruh Profitabilitas terhadap *Transfer Pricing*

Hipotesis pertama (H1) yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai probabilitas variabel profitabilitas dalam model regresi data panel sebesar  $0,0005$  atau lebih kecil dari nilai signifikansi  $0,05$  dengan nilai koefisien sebesar  $0,909816$  yang menunjukkan arah positif. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa profitabilitas dapat mempengaruhi *transfer pricing* yang berarti bahwa setiap adanya kenaikan

atau penurunan profitabilitas dapat mempengaruhi peningkatan atau penurunan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *agency theory* yang menyatakan bahwa terdapat perbedaan kepentingan antara *agent* dengan *principal*. Dalam hal ini, manajer selaku *agent* akan berusaha untuk menjaga kestabilan kenaikan laba perusahaan. Peningkatan laba akan menyebabkan peningkatan pajak perusahaan yang dapat mengurangi laba perusahaan, sehingga perusahaan terdorong untuk meminimalkan beban pajak melalui *transfer pricing*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hariaji & Akbar, (2021), Ramadhany & Amin, (2023), Denny dkk., (2024) dan Muzal & Lastanti, (2024). Namun, hasil penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi dkk., (2021), Rustian & Syafri, (2023), dan Mineri & Paramitha, (2021) yang mengungkapkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*.

### **Pengaruh Leverage terhadap Transfer Pricing**

Hipotesis kedua (H2) yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Tingginya tingkat *leverage* dapat dimaknai bahwa perusahaan lebih banyak menggunakan utang untuk menunjang operasional perusahaan. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai probabilitas variabel *leverage* dalam model regresi data panel sebesar 0,0000 atau lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 2,602815 yang menunjukkan arah positif. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa *leverage* dapat mempengaruhi *transfer pricing* yang berarti bahwa setiap adanya kenaikan atau penurunan *leverage* dapat mempengaruhi peningkatan atau penurunan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini mendukung *agency theory* yang mengasumsikan bahwa masing-masing pihak baik *agent* maupun *principal* akan bertindak mengutamakan kepentingan pribadi sehingga memicu terjadinya konflik kepentingan. Penggunaan kebijakan *leverage* akan memunculkan biaya bunga yang dapat menjadi unsur pengurang penghasilan sehingga pajak penghasilan badan lebih rendah. Konflik kepentingan tersebut dapat berupa perbedaan tujuan antara *agent* dan *principal*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwandi & Syarifudin, (2024), Pondrinal dkk., (2023), Sulhendri dkk., (2023), dan Wahyudi & Fitriah, (2021). Namun Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rustian & Syafri, (2023), Waty dkk., (2022), dan Cledy & Amin, (2020) yang menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *transfer pricing*. *Leverage* menunjukkan bahwa semakin tinggi beban utang perusahaan, maka perusahaan lebih cenderung mengutamakan untuk membayar kewajiban yang dimiliki.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing**

Hipotesis ketiga (H3) yang diajukan dalam penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. Hasil pengujian statistik terkait hipotesis tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*, sehingga secara empiris, hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hal tersebut ditunjukkan dari nilai probabilitas variabel profitabilitas dalam model regresi data panel sebesar 0,0423 atau lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien sebesar -0,064047 yang menunjukkan arah negatif. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa ukuran perusahaan dapat mempengaruhi *transfer pricing* yang berarti bahwa setiap adanya kenaikan atau penurunan ukuran perusahaan dapat mempengaruhi peningkatan atau penurunan *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung *agency theory* yang menjelaskan bahwa adanya perbedaan kepentingan antara manajer dengan pemerintah. Penentuan harga transfer yang ditetapkan oleh manajer seringkali tidak selaras dengan tujuan yang ingin dicapai oleh pemerintah dimana pemerintah berfokus pada penerimaan negara sektor pajak. Sebaliknya, pada penelitian ini menemukan bahwa perusahaan berskala besar akan lebih memperhatikan aspek nilai perusahaan di mata stakeholder maupun masyarakat. Praktik *transfer pricing* dinilai

dapat menyebabkan citra buruk bagi perusahaan, sehingga perusahaan cenderung menghindari praktik *transfer pricing*. Penelitian ini selaras dengan penelitian Rustian & Syafri, (2023), Wahyudi & Fitriah, (2021), dan Cledy & Amin, (2020). Hal tersebut dikarenakan perusahaan besar mendapatkan pengawasan khusus dari pemerintah terutama DJP dan KKP Wajib Pajak Besar (*large tax office*) sehingga segala aktivitas perusahaan akan lebih diperhatikan. Melalui pengawasan tersebut menyebabkan praktik *transfer pricing* justru semakin rendah. Akan tetapi, Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pondrinal dkk., (2023), Prabaningrum dkk., (2021), dan Suwandi & Syarifudin, (2024) yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

### ***Tunneling Incentive Mampu Memperkuat Pengaruh Profitabilitas terhadap Transfer Pricing***

Hasil pengujian statistik terkait hipotesis tersebut menunjukkan bahwa *tunneling incentive* tidak mampu memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing*, sehingga secara empiris, hipotesis keempat (H4) ditolak. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) nilai probabilitas dari interaksi antara profitabilitas dengan *tunneling incentive* sebesar 0,0282 atau lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien sebesar -0,791725 yang menunjukkan arah negatif. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa *tunneling incentive* memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan *agency theory* yang menyatakan bahwa masing-masing pihak akan memprioritaskan kepentingan pribadi. Dalam hal ini, terdapat konflik kepentingan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas. Sebaliknya, dalam penelitian ini ditemukan hasil bahwa *tunneling incentive* memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut terjadi dikarenakan aktivitas *tunneling incentive* yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas dengan memindahkan laba perusahaan akan menimbulkan masalah internal perusahaan. Aktivitas *tunneling incentive* tersebut dapat merugikan pemegang saham minoritas karena ketidakadilan pembagian deviden perusahaan sehingga dapat memicu pertikaian diantara pemegang saham. Dengan demikian, *tunneling incentive* tidak mampu mendorong perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi untuk melakukan *transfer pricing*.

### ***Tunneling Incentive Mampu Memperkuat Pengaruh Leverage terhadap Transfer Pricing***

Hasil pengujian statistik terkait hipotesis tersebut menunjukkan bahwa *tunneling incentive* tidak mampu memperkuat pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*, sehingga secara empiris, hipotesis kelima (H5) ditolak. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) nilai probabilitas dari interaksi antara *leverage* dengan *tunneling incentive* sebesar 0,0190 atau lebih kecil dari nilai signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien sebesar -1,515700 yang menunjukkan arah negatif. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa *tunneling incentive* memperlemah pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung *agency theory* yang menyatakan bahwa terdapat *self interest* yaitu mementingkan kepentingan individu antara anggota yang memicu terjadinya konflik. Dalam hal ini, terdapat benturan kepentingan antara pemegang saham mayoritas dan pemegang saham minoritas dimana pemegang saham mayoritas lebih memprioritaskan kepentingan pribadi daripada kepentingan pihak lainnya. Sebaliknya, dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa *tunneling incentive* memperlemah pengaruh *leverage* terhadap *transfer pricing*. Hal tersebut dikarenakan perusahaan memiliki kewajiban untuk membagikan deviden kepada pemegang saham minoritas. Praktik *tunneling incentive* yang dilakukan pemegang saham mayoritas dengan memindahkan utang ke perusahaan lainnya akan merugikan pemegang saham minoritas karena menanggung biaya yang timbul dari aktivitas tersebut. Praktik *transfer pricing* dapat merusak reputasi perusahaan karena dianggap sebagai tindakan manipulasi pajak secara agresif.

## ***Tunneling Incentive Mampu Memperkuat Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Transfer Pricing***

Hasil pengujian statistik terkait hipotesis tersebut menunjukkan bahwa *tunneling incentive* tidak mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*, sehingga secara empiris, hipotesis keenam (H6) ditolak. Hal tersebut ditunjukkan dari hasil uji *Moderated Regression Analysis* (MRA) nilai probabilitas dari interaksi antara ukuran perusahaan dengan *tunneling incentive* sebesar 0,5141 atau lebih besar dari nilai signifikansi 0,05 dengan nilai koefisien sebesar 0,008639 yang menunjukkan arah positif. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa *tunneling incentive* tidak mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

Hasil penelitian ini tidak mendukung *agency theory* yang menjelaskan bahwa terdapat konflik akibat perbedaan kepentingan antara anggota masing-masing. Perbedaan konflik tersebut terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas. Sebaliknya, dalam penelitian ini menemukan hasil bahwa *tunneling incentive* tidak mampu memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*. Ukuran perusahaan bukan menjadi tolak ukur dalam kegiatan *transfer pricing*. Perusahaan besar maupun kecil diperkirakan memiliki kesempatan yang sama dalam melakukan praktik *transfer pricing*. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil sama-sama memiliki peluang untuk menerapkan skema *transfer pricing*. Praktik *tunneling incentive* perusahaan besar maupun perusahaan kecil yang dilakukan oleh pemegang saham mayoritas tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*, sehingga *tunneling incentive* tidak dapat memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

## **KESIMPULAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa profitabilitas dan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing*. *Tunneling incentive* memperlemah pengaruh profitabilitas dan *leverage* terhadap *transfer pricing*, namun *tunneling incentive* tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap *transfer pricing*.

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik perusahaan maupun pemerintah dalam menentukan kebijakan *transfer pricing*. Bagi perusahaan sebaiknya memastikan kebijakan *transfer pricing* yang didasarkan pada prinsip kewajaran dan kelaziman usaha. Bagi pemerintah, sebaiknya memperketat aturan terkait transaksi *transfer pricing* terutama terhadap perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas dan *leverage* yang tinggi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu sebagian besar hipotesisnya tidak terima. Bagi peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk mengeksplorasi moderasi lain yang mungkin dapat memberikan hasil yang berbeda. Penelitian mendatang dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif untuk mendapatkan wawasan yang lebih komprehensif mengenai skema *transfer pricing*.

## **REFERENSI**

- Adilah, N., Abbas, D. S., Hidayat, I., & Rohmansyah, B. (2022). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Beban Pajak Terhadap Transfer Pricing. *Akuntansi*, 1(4), 179–201.
- Amelia, E., & Aliyah, S. (2023). Faktor Pendorong Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 2(02), 27–40. <https://doi.org/10.34001/jrei.v2i02.675>
- Baroroh, N., Malik, S., & Jati, K. W. (2021). The role of profitability in moderating the factors affecting transfer pricing. *Accounting*, 7(5), 1203–1210. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5267/j.ac.2021.2.018>
- Cledy, H., & Amin, M. N. (2020). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Keputusan Perusahaan Untuk Melakukan Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 7(2), 247–264. <https://doi.org/10.25105/jat.v7i2.7454>

- Darma, S. S., & Fitri, E. N. (2021). Pengaruh Struktur Modal dan Manajemen Laba terhadap Pajak Penghasilan Badan. *Scientific journal of reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 4(3), 598–606. <https://doi.org/https://doi.org/10.37481/sjr.v4i3.340>
- Denny, D., Haryadi, D., & Suanti, S. (2024b). Analisis Pengaruh Beban Pajak, Profitabilitas, Mekanisme Bonus Dan Exchange Rate Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Sektor Barang Baku Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 5(1), 43–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.46306/rev.v5i1.395>
- Devi, D. K., & Suryarini, T. (2020). The Effect of Tax Minimization and Exchange Rate on Transfer Pricing Decisions with Leverage as Moderating. *Accounting Analysis Journal*, 9(2), 110–115. <https://doi.org/10.15294/aa.v9i2.36469>
- Ginting, R. E. B., & Sudjiman, L. S. (2021). Pengaruh Pajak Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bei 2017-2020. *Jurnal Ekonomis*, 14(3c).
- Gracia, J., & Sandra, A. (2022). Pengaruh Pajak Penghasilan Badan, Ukuran Perusahaan, Tax Heaven Country, dan Kualitas Audit terhadap Agresivitas Transfer Pricing. *Wahana Riset Akuntansi*, 10(1), 56–68. <https://doi.org/10.24036/wra.v10i1.116696>
- Hariaji, N. W., & Akbar, F. S. (2021). Pengaruh Multinasionalitas, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Seminar Nasional Akuntansi dan Call for Paper*, 1(1), 36–48.
- Kurnila, A., putri Hapsari, D., & Octaviani, S. (2024). Pengaruh Beban Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing. *“Lawsuit” Jurnal Perpajakan*, 3(1), 54–64. <https://doi.org/https://doi.org/10.30656/lawsuit.v3i1.1385>
- Lubis, A. F., & Wenten, I. K. (2024). The Effect Of Firm Size And Transfer Pricing On Tax Aggressiveness With Institutional Ownership As A Moderating Variable. *Educoretax*, 4(8), 969–981. <https://doi.org/10.54957/educoretax.v4i8.1027>
- Mineri, M. F., & Paramitha, M. (2021). Pengaruh pajak, tunneling incentive, mekanisme bonus dan profitabilitas terhadap transfer pricing. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 5(1), 35–44.
- Mulya, A. S. (2022). Analisis Faktor yang Memengaruhi Keputusan Agresivitas Transfer Pricing. *Studi Akuntansi, Keuangan, dan Manajemen*, 2(1), 71–82. <https://doi.org/10.35912/sakman.v2i1.1652>
- Muzal, A., & Lastanti, H. S. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Exchange Rate, Inovasi Perusahaan dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing Aggressiveness. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(2), 650–658.
- Pondrinal, M., Sari, Y. P., & Putri, D. A. (2023). Company Size, Leverage, Bonus Mechanism and Tax Planning On Transfer Pricing With Profitabilias As Moderating Variables. *Jurnal Pajak dan Bisnis (Journal of Tax and Business)*, 4(1), 160–170. <https://doi.org/https://doi.org/10.55336/jpb.v4i1.93>
- Prabaningrum, D. D., Astuti, T. P., & Harjito, Y. (2021). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Bonus Plan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Perusahaan Melakukan Transfer Pricing (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2018). *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 5(1), 459944. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jie.v5i1.1472>
- Purwanto, A. (2020). Principal-Agent Relationship, Uncertain Results and the Moral Economy. *International Journal of Asian Social Science*, 10(4), 207–222. <https://doi.org/10.18488/journal.1.2020.104.207.222>
- Ramadhany, P., & Amin, M. (2023). Pengaruh Pajak, Leverage, Profitabilitas, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 3(2), 3643–3652. <https://doi.org/10.25105/jet.v3i2.18124>
- Rustian, N. R., & Syafri, S. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Kepemilikan Asing Dan Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Sektor Oil, Gas & Coal

- Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Akuntansi*, 2(3), 268–283. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/akuntansi.v2i3.344>
- Saputra, G. (2023). Pengaruh Pajak, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Transfer Pricing Dengan Leverage Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2017-2021). *Jurnal Literasi Akuntansi*, 3(1), 10–21. <https://doi.org/10.55587/jla.v3i1.88>
- Setyorini, F., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh Pajak (ETR), Tunneling Incentive (TNC), Mekanisme Bonus (ITRENDLB) dan Firm Size (SIZE) Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017-2020). Dalam *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha* (Vol. 13).
- Solikhah, B., Aryani, D. D., & Widiatami, A. K. (2021). The Determinants of Manufacturing Firms' Transfer Pricing Decisions in Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 25(1). <https://doi.org/10.26905/jkdp.v25i1.5127>
- Sulhendri, S., Sabaruddin, S., & Chairina, S. W. (2023). The Effect Of The Variable Of Tax Expense, Tunneling Incentive And Leverage On Transfer Pricing With Profitability As A Moderating Variable. *Economy Deposit Journal (E-DJ)*, 5(1), 394–408. <https://doi.org/https://doi.org/10.36090/e-dj.v5i1.1323>
- Suwandi, E. D., & Syarifudin, A. (2024). Determinan Transfer Pricing Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2023. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 4(2), 213–221. <https://doi.org/https://doi.org/10.47233/jeps.v4i2.1685>
- Wahyudi, D. E., Sutrisno, T., & Rusydi, M. K. (2021). Determinants Of Transfer Pricing Aggressiveness With The Moderation Of Corporate Governance In Indonesia And Malaysia. *Journal of Economics, Business, and Accountancy Ventura*, 24(1), 23–33. <https://doi.org/10.14414/jebav.v24i1.2536>
- Wahyudi, I., & Fitriah, N. (2021). Pengaruh Aset Tidak Berwujud, Ukuran Perusahaan, Kepatuhan Perpajakan, Dan Leverage Terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Akuntansi*, 13(2), 388–401. <https://doi.org/https://doi.org/10.28932/jam.v13i2.3885>
- Waty, F., Wijaya, T., Leony, S., Rojeston, B., Nainggolan, M., & Situmorang, D. M. (2022). Effect Of Tax, Leverage, Company Size And Exchange Rate On Transfer Pricing Decisions On Mining Sector Companies. *JURNAL IPTEKS TERAPAN*, 17(4), 2023. <https://doi.org/10.22216/jit.v15i4>