

Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin
Volume 2, Nomor 12, Desember 2024, p. 294-300
Licensed By Cc By-Sa 4.0
E-ISSN: 2986-6340
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14549739>

Implikasi *Exchange Rate*, *Tunneling Incentive*, dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*

Hanung Deswinta Syaharani^{1*}, Nera Marinda Machdar²

^{1,2}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

^{1)*} Email : hanum.deswinta24@gmail.com, nmachdar@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi global saat ini didorong oleh globalisasi, yang memfasilitasi transaksi lintas batas, investasi, dan perdagangan internasional. Namun, globalisasi juga memungkinkan perusahaan mengurangi beban pajak melalui praktik *transfer pricing*. Adanya penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya *transfer pricing*. *Transfer pricing* sering terjadi pada perusahaan dengan tujuan laba tinggi dan penghindaran pajak. Struktur kepemilikan yang terkonsentrasi memungkinkan manajemen mengalihkan kekayaan untuk kepentingan pribadi atau pemegang saham mayoritas. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan menggunakan studi literatur yang dimana diambil dari jurnal dan artikel yang relevan dengan topik penelitian.

Keyword: *transfer pricing*; *exchange rate*; *tunneling incentive*; dan mekanisme bonus.

Abstract

Today's global economic growth is driven by globalization, which facilitates cross-border transactions, investment, and international trade. However, globalization also allows companies to reduce their tax burden through transfer pricing practices. This study aims to examine in depth the factors that influence the magnitude of transfer pricing. Transfer pricing often occurs in companies with high profit goals and tax avoidance. Concentrated ownership structures allow management to divert wealth for personal interests or majority shareholders. The method used is a descriptive approach using literature studies which are taken from journals and articles relevant to the research topic.

Keywords: *transfer pricing*; *exchange rate*; *tunneling incentive*; and bonus mechanism.

Article Info

Received date: 27 November 2024

Revised date: 15 December 2024

Accepted date: 23 December 2024

PENDAHULUAN

Globalisasi telah memajukan sektor-sektor seperti teknologi, transportasi, dan komunikasi dengan cepat yang memudahkan perusahaan dalam perdagangan lintas negara. Banyak pengusaha kini mendirikan anak perusahaan di berbagai negara, yang dikenal sebagai perusahaan multinasional (MNC). Perusahaan multinasional (MNC) beroperasi di banyak negara untuk melakukan kegiatan transaksi ekonomi dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi global. Mereka tidak hanya fokus pada keuntungan, tetapi juga diharapkan memberikan manfaat bagi masyarakat dan negara tempat mereka beroperasi (Suwandi, 2022). Hubungan antara perusahaan afiliasi dapat mempengaruhi biaya, harga dan imbalan dalam transaksi bisnis. Transaksi semacam ini disebut "*transfer pricing*". Untuk memastikan transparansi, perusahaan harus mengungkapkan transaksi tersebut sesuai dengan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK 7), sehingga laporan keuangan akurat dan bebas dari pengaruh hubungan istimewa. Oleh karena itu, penetapan harga transfer yang tepat sangat penting (Herijawati, 2024).

Transfer pricing mengacu pada penetapan harga untuk barang, jasa, dan aset tak berwujud antara perusahaan afiliasi yang berada di negara berbeda. Konsep ini kini menjadi perhatian utama otoritas pajak global karena dampaknya terhadap penerimaan negara, sehingga banyak negara menerapkan regulasi terkait (Ratsianingrum et al., 2020). UU No. 36 Tahun 2008 mengenai Pajak Penghasilan mengatur praktik *transfer pricing* di Indonesia untuk mencegah pengurangan penerimaan negara. *Transfer pricing* kini telah menjadi metode sah dalam perencanaan bisnis dan pajak, selama mematuhi peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah, negara, atau OECD (Rahmawati & Machdar, 2024). Dari perspektif perpajakan, arus transaksi internasional dapat meningkatkan devisa negara,

namun juga berisiko penyimpangan harga transfer. Penetapan *Transfer Pricing* dilakukan untuk mencegah praktik pengalihan laba ke negara dengan tarif pajak rendah melalui harga jual yang dikurangi antarperusahaan afiliasi (Aulia, 2023).

Praktik *transfer pricing* telah diterapkan pada perusahaan Limited Risk Distributor, seperti Smart Corp., yang memproduksi produk elektronik di Negara A. Smart Corp. adalah perusahaan multinasional yang memiliki 100% saham di PT Smart Indonesia (distributor dengan risiko terbatas) yang berada di Indonesia. Pada Tahun Pajak 2021, PT Smart Indonesia membeli produk dari Smart Corp seharga USD 110/unit dan menjualnya seharga USD 125/unit. Selain itu, mereka juga mengimpor produk serupa dari produsen independen seharga USD 100/unit dan menjualnya seharga USD 120/unit. Margin kotor yang wajar untuk penjualan adalah 16,7%, sehingga harga akuisisi yang adil dari Smart Corp. adalah USD 104,12. Otoritas melakukan penyesuaian pajak sebesar USD 5,88 pada akuisisi harga tersebut, menggunakan Metode Harga Jual Kembali (RPM) untuk menentukan harga transfer yang wajar (ortax.org).

Selain fenomena yang disebutkan sebelumnya, terdapat peningkatan dalam pengajuan kesepakatan harga transfer (*advance pricing agreement/APA*) di Indonesia, baik untuk pengajuan APA unilateral maupun bilateral pada tahun 2022. Tercatat 37 APA unilateral yang meningkat sebesar 27,5% dari 29 pada tahun sebelumnya. Di sisi lain, 82 Pengajuan APA bilateral juga melonjak naik 26,2% dari 65 pengajuan sebelumnya. Baik APA unilateral maupun bilateral berlaku maksimal selama 5 tahun pajak sebelum pengajuan disetujui. Proses rollback pun bisa dilakukan untuk periode 5 tahun pajak sebelumnya, asalkan belum ada surat ketetapan pajak yang telah dikeluarkan. Wajib pajak mengajukan permohonan antara 6 hingga 12 bulan sebelum periode APA dimulai. Adapun penyelesaian kasus hingga 31 Desember 2022 tercatat sebanyak 20 APA unilateral dan 47 APA bilateral. Dengan demikian, saldo kasus yang tersisa per 31 Desember 2022 adalah 17 APA unilateral dan 35 APA bilateral (news.ddtc.co.id).

Transfer pricing dapat dipengaruhi karena adanya perbedaan nilai tukar kurs (*exchange rate*) antar negara. Nilai tukar atau *exchange rate* menentukan harga pertukaran dua mata uang dan dibedakan menjadi nominal (harga relatif mata uang dua negara) dan riil (harga relatif barang antara dua negara). Nilai tukar merupakan perbandingan nilai atau harga antara dua jenis mata uang yang berbeda. Nilai mata uang terus berubah, dengan fluktuasi yang dapat mencakup penurunan nilai dollar AS terhadap rupiah (depresiasi) dan peningkatan nilai rupiah terhadap USD (apresiasi) (Lestari et al., 2021). Terdapat faktor lain yang berkontribusi terhadap praktik *transfer pricing* yaitu *tunneling incentive*, dimana pemilik saham sebagian besar mentransfer aset atau laba perusahaan untuk keuntungan pribadi mereka, sementara biayanya ditanggung oleh pemilik minoritas. Hal ini terjadi akibat masalah keagenan, di mana pemilik mayoritas memiliki kendali lebih besar atas pengelolaan perusahaan. Pemegang saham mayoritas bisa mendapatkan (Felentina, 2023). Keputusan penetapan harga transfer juga dipengaruhi oleh mekanisme bonus. Mekanisme bonus merupakan penghargaan yang diberikan kepada karyawan oleh pemilik perusahaan. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kinerja karyawan dalam mencapai target perusahaan, terutama dalam memaksimalkan keuntungan. Jika bonus didasarkan pada laba perusahaan, manajemen cenderung menerapkan praktik *transfer pricing* untuk mengurangi pajak dan meningkatkan laba. Dengan demikian, praktik ini dapat berfungsi sebagai strategi untuk mencapai hasil finansial yang lebih baik dan memperbesar bonus yang diterima oleh manajemen (Suwandi, 2022).

Maka dari itu, penulis membuat artikel ilmiah ini dengan tujuan untuk mengkaji dan menelaah nilai tukar kurs, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap harga transfer.

LITERATURE REVIEW

Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)

Perkembangan Teori Akuntansi Positif (*positive accounting theory*) dipicu oleh ketidakpuasan terhadap teori normatif yang dinilai terlalu sederhana dan tidak menyajikan dasar teoritis yang kokoh. Pada dasarnya, teori akuntansi positif beryakinan bahwa tujuan utamanya adalah untuk menjelaskan dan meramalkan praktik-praktik Akuntansi, yang berarti memberikan penjelasan terhadap praktik yang diperhatikan. Dalam pandangan Watts dan Zimmerman (1986), teori tersebut juga berlaku dapat digunakan untuk memprediksi kebijakan akuntansi yang diambil perusahaan dalam situasi tertentu dan menggambarkan kemungkinan masalah kebijakan akuntansi bagi para pemangku kepentingan (Felentina, 2023).

Teori Agensi (Agency Theory)

Grand theory dalam penelitian ini adalah Teori Keagensian. Teori ini membahas hubungan antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agen*). Menurut (Jensen dan Meckling, 1976), hubungan keagensian adalah pengaturan kontraktual di mana satu atau beberapa prinsipal memanfaatkan layanan agen untuk menjalankan tugas tertentu dan memberikan kekuasaan pengambilan keputusan kepada agen. Teori ini juga menyoroti bahwa ketidakseimbangan informasi dapat menyebabkan konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham, yang berpotensi menghasilkan hasil yang kurang memuaskan. Dengan pemahaman yang lebih baik, manajemen perusahaan bisa melakukan tindakan yang menguntungkan diri sendiri, namun bisa merugikan pemegang saham (Adhika & Wulandari, 2023a). Dalam pandangan (Sanusi & Fidiana, 2022), *transfer pricing* dapat dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk memanipulasi transaksi demi kepentingan pribadi, seperti memaksimalkan laba dan mengurangi beban pajak. Pihak agen sering kali melakukan praktik ini tanpa sepengetahuan prinsipal, menciptakan perbedaan kepentingan antara keduanya. Dengan memalsukan transaksi, agen berusaha mencapai keuntungan pribadi, yang menunjukkan adanya konflik dalam teori keagenan.

Transfer Pricing

Definisi harga transfer menurut Peraturan Menteri Keuangan Republik Indonesia Nomor 213/PMK.03/2016 adalah penentuan harga dalam transaksi afiliasi. Transaksi afiliasi adalah transaksi antara wajib pajak dan pihak afiliasi. Kebijakan *transfer pricing* tidak melanggar hukum selama masih dalam koridor hukum yang ada, yaitu kewajiban transaksi afiliasi masih dalam batas prinsip kewajaran dan kelaziman usaha (*Arm's length principle*) yang berlaku. *Arm's length principle* adalah cara untuk menilai transaksi perusahaan multinasional dengan membandingkannya dengan transaksi di pasar terbuka yang independen. Maka diperlukan alat untuk bisa menilai keadilan transaksi afiliasi tersebut (Humairo, 2020). *Transfer pricing* adalah kebijakan perusahaan dalam menetapkan harga transfer untuk berbagai transaksi seperti barang, jasa, harta tak berwujud, atau transaksi finansial. Praktik *transfer pricing* terbagi menjadi dua jenis transaksi, yaitu *intra-company* dan *inter-company* (Setiawan, 2021). *Intra-company transfer pricing* adalah kegiatan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* adalah kegiatan *transfer pricing* antara dua atau lebih perusahaan yang memiliki hubungan khusus, yang dapat terjadi baik di dalam satu negara maupun antara negara yang berbeda (B. N. L. Putri & Lastanti, 2024).

Exchange Rate

Nilai Tukar (*Exchange Rate*) ialah nilai tukar mata uang untuk transaksi kini dan masa depan yang melibatkan dua mata uang (Cahyadi & Noviari, 2018). Sederhananya, perubahan nilai ini mempengaruhi neraca perdagangan dan laba perusahaan. Ketika mata uang asing menguat dan mata uang rupiah melemah, perusahaan dapat memanfaatkan selisih nilai untuk meningkatkan laba melalui *transfer pricing* pada transaksi dengan afiliasi luar negeri (Denny et al., 2024). Nilai tukar merupakan faktor kunci yang dipertimbangkan manajemen saat menentukan harga transfer. Faktor lain seperti perbedaan tarif pajak antarnegara dan kekuatan pemilik pengendali juga mempengaruhi kebijakan harga transfer, terutama dalam menghadapi perubahan nilai tukar yang menciptakan peluang bisnis (Felentina, 2023).

Tunneling Incentive

Tunneling incentive adalah saat manajemen atau pemegang saham mayoritas memindahkan aset dan keuntungan perusahaan untuk kepentingan pribadi mereka, sementara biayanya ditanggung oleh pemegang saham minoritas. Pemilik saham yang memiliki banyak saham dalam perusahaan dapat mengendalikan bisnis perusahaan tersebut. Contoh *tunneling incentive*, yaitu termasuk tidak memberikan deviden, menjual aset perusahaan dengan harga dibawah pasar, serta menempatkan anggota keluarga di posisi penting di perusahaan (W. C. Putri & Lindawati, 2023).

Mekanisme Bonus

Bonus adalah hadiah yang diberikan kepada karyawan karena perusahaan mendapat keuntungan. Bonus bisa bervariasi dan tidak tetap. Pemberian bonus ditentukan oleh pimpinan perusahaan dan terkadang bergantung pada jabatan, seperti bonus untuk manajer atau direksi perusahaan. Bonus biasanya diberikan kepada manajer atau direksi dalam bentuk komisi, tunjangan, insentif penjualan, dan lain-lain (Rizanti & Karlina, 2024).

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan studi literatur atau *literature review*. Studi literatur merupakan proses pengumpulan informasi yang relevan dengan topik penelitian. Dalam penelitian ini studi literatur yang digunakan berupa 31 jurnal nasional dan 5 jurnal internasional yang digunakan dalam kajian literatur ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka pembahasan artikel *literature review* ini dalam konsentrasi *transfer pricing* adalah :

Pengaruh *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing*

Menurut (Sanusi & Fidiana, 2022) *exchange rate* memiliki pengaruh terhadap *transfer pricing*. Perusahaan multinasional melakukan transaksi internasional melibatkan pertukaran valuta asing untuk memfasilitasi pembayaran. Namun, fluktuasi nilai tukar valuta tersebut menciptakan ketidakpastian dan risiko keuangan. Hal ini mempengaruhi harga jual produk dan jasa, sehingga mempengaruhi keputusan perusahaan terkait *transfer pricing*. Untuk mengoptimalkan keuntungan dan mengurangi risiko, perusahaan multinasional menerapkan strategi *transfer pricing* yang efektif. Strategi ini melibatkan pemindahan dana ke mata uang yang lebih stabil, mengurangi kerugian akibat fluktuasi nilai tukar, dan memaksimalkan keuntungan. Dengan demikian, perusahaan dapat meminimalkan risiko dan meningkatkan efisiensi keuangan.

Selaras dengan penelitian (Ayulianti & Mahpudin, 2024) bahwa *exchange rate* mempunyai kerugian selisih kurs dan devaluasi mata uang domestik berkontribusi pada penurunan keuntungan transaksi internasional. Akibatnya, perusahaan multinasional tidak dapat memanfaatkan keuntungan dari transaksi dengan perusahaan luar negeri, sehingga nilai tukar tidak menjadi prioritas utama dalam keputusan *transfer pricing*. Dalam hal ini menyoroti pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor ekonomi makro dalam strategi *transfer pricing*. Hal ini sesuai dengan penelitian (Adhika & Wulandari, 2023), (Anggraini & Sugiyarti, 2024), (Aulia, 2023), (Felentina, 2023), (Widiana & Wangkar, 2021), (Novita et al., 2024), (B. N. L. Putri & Lastanti, 2024), (Hanum & Dewi, 2022), (Cahyadi & Noviani, 2018), (Rosmawati & Ginting, 2022), (Asmara & Achyani, n.d.) dan (Mineri & Paramitha, 2021) bahwa *exchange rate* tidak memiliki dampak terhadap *transfer pricing*.

Berbanding terbalik dengan (Denny et al., 2024), (W. C. Putri & Lindawati, 2023), (Devi & Suryarini, 2020) dan (Apriani et al., n.d.) menyatakan *exchange rate* berpengaruh positif. Penguatan nilai tukar mata uang asing memiliki dampak signifikan terhadap strategi transfer pricing perusahaan. Ketika nilai mata uang asing meningkat, laba selisih kurs yang diperoleh perusahaan juga meningkat secara signifikan. Hal ini mendorong perusahaan untuk memilih menjual produk mereka di pasar internasional melalui transfer pricing, sehingga menghasilkan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan penjualan domestik. Dengan demikian, perusahaan dapat memaksimalkan laba dan meningkatkan efisiensi keuangan. Namun bertolak belakang dengan (Herijawati, 2024) dan (Lestari et al., 2021) menunjukkan bahwa *exchange rate* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

Pengaruh *Tunneling Incentive* Terhadap *Transfer Pricing*

Keputusan perusahaan multinasional untuk melakukan *transfer pricing* juga dipengaruhi oleh faktor lain yaitu *tunneling incentive*. Tunneling dalam perseroan terjadi melalui transaksi pihak terkait atau pembagian dividen yang tidak adil. Hal ini merugikan pemegang saham minoritas karena harga transfer hanya menguntungkan perseroan induk atau pemegang saham pengendali. Struktur kepemilikan modal terkonsentrasi di Indonesia menciptakan masalah keagenan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Pemegang saham mayoritas mengontrol manajemen, mengambil keuntungan melalui transfer aset dan laba perseroan, sementara pemegang saham minoritas tidak memiliki kendali atas kebijakan perusahaan. Jadi, semakin besar insentif tunneling, semakin besar kemungkinan perseroan melakukan transfer pricing untuk keuntungan pribadi. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas keuangan perusahaan (Kusuma et al., 2022).

Menurut (W. C. Putri & Lindawati, 2023) mengatakan bahwa praktik *tunneling incentive* meningkatkan kecenderungan perusahaan melakukan penentuan harga transfer dengan pihak terkait. Hal ini memungkinkan pemegang saham mayoritas memanfaatkan kendali mereka untuk memerintahkan manajemen melakukan *transfer pricing* yang merugikan perusahaan. Tunneling juga melibatkan penjualan produk atau aset perusahaan kepada pihak terafiliasi dengan harga di bawah

nilai pasar, serta mempertahankan posisi pekerja tidak kompeten. Praktik ini merugikan pemegang saham minoritas dan mengurangi nilai perusahaan. Hal tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan (Ayulianti & Mahpudin, 2024), (Rahmawati & Machdar, 2024), (Novita et al., 2024), (Andayani & Sulistyawati, 2020), (Asmara & Achyani, n.d.), (Isnaini & Arianti, 2024) dan (Mineri & Paramitha, 2021) menyatakan bahwa terdapat adanya hubungan positif pada *transfer pricing*. Berbanding terbalik dengan (Andhika & Sparta, 2024), (Felentina, 2023) dan (Hertanto et al., 2023) bahwa memberikan dampak negatif pada *transfer pricing*.

Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing*

Manajer tidak melakukan *transfer pricing* semata-mata untuk meningkatkan bonus. Peningkatan bonus lebih bergantung pada kinerja dan pencapaian target. Penggunaan *transfer pricing* justru berisiko merugikan manajer jika terdeteksi. Hal ini bertentangan dengan *Bonus Plan Hypothesis* yang menganggap bonus bergantung pada profit perusahaan. Namun, manajer lebih memprioritaskan menjaga citra dan nilai perusahaan dengan menyajikan laporan keuangan yang akurat dan transparan, mempertimbangkan kepentingan masyarakat, investor, dan pemerintah (Herijawati, 2024).

Selaras dengan yang diperoleh dari (B. N. L. Putri & Lastanti, 2024) mengatakan bahwasanya implementasi sistem bonus tidak secara langsung mempengaruhi kebijakan harga transfer antara divisi perusahaan. Besarnya bonus tidak selalu bergantung pada laba keseluruhan. Oleh karena itu, manajemen tidak perlu menerapkan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus. Mekanisme bonus hanya mempengaruhi manipulasi laba jika laba tidak stabil. Perusahaan dengan skema bonus cenderung meningkatkan laba bersih, namun tidak secara langsung mempengaruhi keputusan *transfer pricing*. Dengan demikian, sistem bonus dan *transfer pricing* memiliki hubungan yang tidak langsung dan terpisah dalam pengambilan keputusan perusahaan.

Mekanisme bonus tidak adanya pengaruh sejalan dengan yang dilakukan oleh (Adhika & Wulandari, 2023), (Anggraini & Sugiyarti, 2024), (Ayulianti & Mahpudin, 2024), (Herijawati, 2024), (Suwandi, 2022), (Novita et al., 2024), (B. N. L. Putri & Lastanti, 2024), (Andayani & Sulistyawati, 2020) dan (Amanah & Suyono, 2020).

SIMPULAN

Literature review ini, penulisannya harus dilakukan secara sistematis untuk dapat mengetahui harapan bagi *transfer pricing* yaitu dengan mendapatkannya informasi yang penting dan juga relevan yang dapat digunakan. Penulisan *literature review* ini dibuat bertujuan untuk mengkaji dan menelaah pengaruh *exchange rate*, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*. Sebagian besar hasil penelitian terdahulu menemukan bahwa tidak adanya pengaruh *exchange rate*, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* sementara sebagian lainnya menyatakan terdapat hubungan positif terhadap *transfer pricing*. Kajian literatur tentang *transfer pricing* ini sebagai acuan untuk memastikan bahwa mereka tetap patuh terhadap peraturan perpajakan yang berlaku, sekaligus mengoptimalkan kinerja yang kompleks, tetapi juga peluang untuk perencanaan strategis yang efektif.

REFERENSI

- Adhika, F. N., & Wulandari, S. (2023). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, dan Intangible Asset terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 246–253.
- Amanah, K., & Suyono, N. A. (2020). Pengaruh profitabilitas, mekanisme bonus, tunneling incentive, dan debt covenant terhadap transfer pricing dengan tax minimization sebagai variabel moderasi. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(1), 1–13.
- Andayani, A. S., & Sulistyawati, A. I. (2020). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive dan Good Corporate Governance (GCG) dan Mekanisme Bonus Terhadap Indikasi Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur. *Solusi*, 18(1).
- Andhika, D., & Sparta, S. (2024). Analisis Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing Pada Perusahaan Multinasional Yang Listing Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Journal of Accounting, Management and Islamic Economics*, 2(1), 123–138.

- Anggraini, A., & Sugiyarti, L. (2024). Pengaruh Nilai Tukar, Perencanaan Pajak dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing. *Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(2), 1040–1050.
- Apriani, N., Putri, T. E., & Umiyati, I. (n.d.). *The Effect Of Tax Avoidation, Exchange Rate, Profitability, Leverage, Tunneling Incentive And Intangible Assets On The Decision To Transfer Pricing*.
- Asmara, R. P., & Achyani, F. (n.d.). *The Effect of Tunneling Incentive, Exchange Rate, Good Corporate Governance, Leverage, Taxes and Profitability on Transfer Pricing*.
- Aulia, A. P. (2023). PENGARUH BEBAN PAJAK, EXCHANGE RATE, TUNNELING INCENTIVE, PROFITABILITAS DAN LEVERAGE TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING. *Jurnal PUSDANSI*, 2(8).
- Ayulianti, S., & Mahpudin, E. (2024). Pengaruh Beban Pajak, Mekanisme Bonus, Exchange Rate, dan Tunneling Incentive terhadap Indikasi melakukan Transfer Pricing. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 7215–7228.
- Cahyadi, A. S., & Noviyari, N. (2018). Pengaruh pajak, exchange rate, profitabilitas, dan leverage pada keputusan melakukan transfer pricing. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24(2), 1441–1473.
- Denny, D., Haryadi, D., & Suanti, S. (2024). 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.
- 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.
- Felentina, S. (2023). Pengaruh Pajak, Exchange rate dan Tunneling Incentive terhadap Indikasi melakukan Transfer pricing:(PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR BASIC INDUSTRY AND CHEMICAL). *Journal Of Management, Accounting, Tourism & Hospitality Studies (JOMATH)*, 1(01), 1–11.
- Hanum, G. L., & Dewi, S. R. (2022). Pengaruh perencanaan pajak, exchange rate dan kepemilikan asing terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing (Studi pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI). *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(6), 654–664.
- Herijawati, E. (2024). Pengaruh Profitability, Tunneling Incentive, Debt Covenant, Exchange Rate, dan Bonus Mechanism Terhadap Transfer Pricing. *ECo-Buss*, 7(1), 191–205.
- 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). *Jurnal Economina*, 2(2), 503–522.
- Humairo, L. J. (2020). Pengaruh Pajak terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Tedaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016–2018). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(1).
- Isnaini, A., & Arianti, B. F. (2024). Pengaruh Kebijakan Dividen, Tax Minimization, dan Tunneling Incentive Terhadap Praktik Transfer Pricing. *Juara: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(2), 282–301.
- Kusuma, I. C., Hutomo, Y. P., & Hartini, R. (2022). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, Dan Tunneling Incentive Terhadap Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Sektor Industri Dasar Dan Kimia Di Bei Periode 2017-2020). *Karimah Tauhid*, 1(1), 151–166.
- Lestari, D. M., Dewi, E. Y., & Surachman, S. (2021). Pajak perusahaan dan exchange rate terhadap transfer pricing pada perusahaan kimia. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 58–72.
- 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.
- Novita, D., Chandrayanti, T., & Ardiany, Y. (2024). Pengaruh Exchange Rate, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing: Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar DI BEI Tahun 2018-2020. *Ekasakti Pareso Jurnal Akuntansi*, 2(4), 297–316.

- Putri, B. N. L., & Lastanti, H. S. (2024). Pengaruh Minimasi Pajak, Mekanisme Bonus dan Exchange Rate terhadap Transfer Pricing dengan Komite Audit sebagai Variabel Moderasi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(9), 4316–4329.
- Putri, W. C., & Lindawati, L. (2023). Pengaruh Tax Minimization, Exchange Rate dan Tunneling Incentive terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 6(1), 195–204.
- Rahmawati, S. A., & Machdar, N. M. (2024). Pengaruh Debt Covenant, Tunneling Incentive dan Thin Capitalization Terhadap Transfer Pricing dengan Moderasi Tax Minimization. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 125–136.
- Ratsianingrum, E., Harimurti, F., & Kristianto, D. (2020). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Transfer Pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2018). *Jurnal Akuntansi Dan Sistem Teknologi Informasi*, 16(2), 200–207.
- Rizanti, D. F., & Karlina, L. (2024). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 499–512.
- Rosmawati, D., & Ginting, W. (2022). Pengaruh Effective Tax Rate, Bonus Mechanism, Debt To Equity Ratio, Dan Exchange Rate Terhadap Keputusan Transfer Pricing: Studi pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2018. *Acman: Accounting And Management Journal*, 2(1), 51–65.
- Sanusi, A. A., & Fidiana, F. (2022). Pengaruh Perencanaan Pajak, Profitabilitas, Exchange Rate, dan Kualitas Audit Terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 11(5).
- Suwandi, H. I. (2022). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019). *Global Accounting*, 1(2), 188–201.
- Widiana, I. G. A. E., & Wangkar, A. (2021). Pengaruh Exchange Rate, Tunneling Incentive Dan Tax Planning Terhadap Keputusan Transfer Pricing (Studi Di Beberapa Sektor Pada Bursa Efek Indonesia 2017-2019). *GOING CONCERN: JURNAL RISET AKUNTANSI*, 16(2), 187–197.