

**PENGARUH *TUNNELING INCENTIVE*, PAJAK, MEKANISME
BONUS, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING***
(Studi pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Tahun 2015-2017)

Andre Nur Diansyah

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Email: andrenurdiansyah12@gmail.com

Andan Yuniarto S.E., M.Sc, Akt, CA

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of tunneling incentive, tax, bonus mechanism and company size on transfer pricing decision. The subjects in this study were manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange in 2015-2017. The sample in this study amounted to 31 companies selected using the purposive sampling method.

Based on the analysis that have been made the results are the tunneling incentive has a positive effect on the company's decision to conduct transfer pricing. Taxes has no effect on the company's decision to transfer pricing. The bonus mechanism has a positive effect on the company's decision to transfer pricing and the size of the company has no effect on the company's decision to transfer pricing.

Keywords: *tunneling incentive, tax, bonus mechanism, company size.*

1. PENDAHULUAN

Kegiatan ekonomi internasional yang semakin berkembang turut merangsang berkembangnya perusahaan multinasional dan transnasional. Kemudian pada saat ini

banyak perusahaan yang mulai merambah ke mancanegara dalam kegiatan operasionalnya dan menjadi perusahaan yang sifatnya multinasional. Perusahaan yang sifatnya perusahaan multinasional memiliki berbagai macam transaksi bisnis baik penjualan barang maupun jasa. Sebagian besar transaksi bisnis tersebut biasanya terjadi di antara perusahaan yang berelasi atau antar perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Usaha tersebut memiliki tujuan untuk menekan beban pajak yang di bayarkan oleh wajib pajak. Pajak yang dibebankan kepada wajib pajak berlandaskan dari UUD 1945 dalam pasal 23 A yang berbunyi Pajak dan pungutan lain yang bersifat memaksa untuk keperluan negara diatur dengan undang-undang.

Pada tahun 2013 Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan sudah lama mencurigai Toyota Motor Manufacturing memanfaatkan transaksi antar perusahaan terafiliasi di dalam dan luar negeri untuk menghindari pembayaran pajak. PT Toyofuji Logistics Indonesia perusahaan jasa kargo milik Toyota Motor Corporation dan Astra Internasional juga bergerak cepat memindahkan sekitar 1.000 unit mobil baru siap ekspor ke lambung Trans Future. Modusnya sederhana yaitu memindahkan beban keuntungan berlebih dari satu negara ke negara lain yang menerapkan tarif pajak lebih murah (*tax haven*). Pemindahan beban dilakukan dengan memanipulasi harga secara tidak wajar.

Pertumbuhan perusahaan multinasional di Indonesia yang meningkat secara signifikan akan sangat berpotensi melakukan tindakan penghindaran pajak atau penggelapan pajak yaitu dengan *transfer pricing*. Dengan adanya tindakan tersebut

perlu adanya penanggulangan agar negara tidak dirugikan. Usaha penanggulangannya dengan melakukan penelitian tentang faktor-faktor apa saja yang mendorong suatu perusahaan melakukan praktik *transfer pricing*.

Pada penelitian ini merupakan penelitian perluasan dari penelitian sebelumnya oleh Hartati, dkk (2014) mengenai *Tax Minimization, Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Seluruh Perusahaan yang *Listing* di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini memiliki perbedaan pada penambahan hipotesis baru yaitu variabel ukuran perusahaan. Hasil dari penelitian Marfuah dan Azizah (2014) menemukan bahwa pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tarif pajak yang dikenakan maka akan menurunkan keputusan *transfer pricing* perusahaan atau sebaliknya. Namun, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Maxentia (2017) bahwa variabel pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap penerapan *transfer pricing*.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara *tunneling incentive* terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* ?
2. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara pajak terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* ?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara mekanisme bonusterhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* ?

4. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* ?

2. KERANGKA TEORITIS DAN PENURUNAN HIPOTESIS

2.1 Kerangka Teoritis

2.1.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Agustiniingsih, S (2017) teori agensi terjadi karena adanya konflik antara *agent* dan *principal*.

2.1.2 *Transfer Pricing*

Transfer pricing merupakan harga transfer atas harga jual barang, jasa kepada pihak yang berelasi atau mempunyai hubungan istimewa yang berlokasi di berbagai negara (Astuti dan Aryani, 2016). Perusahaan yang melakukan *transfer pricing* akan melakukan penjualan dengan harga yang tidak sesuai dengan implikasi perpajakan. Adanya kegiatan tersebut dapat mendorong perusahaan melakukan pemindahan penghasilan yang akan mengurangi pajak yang harus dibayarkan suatu perusahaan.

2.1.3 *Tunneling Incentive*

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas (Mutamimah, 2009).

2.1.4 Pajak

UU No. 36 Tahun 2008, menyebutkan bahwa pajak adalah suatu kewajiban yang dimiliki wajib pajak kepada negara yang bersifat memaksa sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku guna kepentingan negara, kemakmuran rakyat dan wajib pajak tidak mengharapkan imbalan secara langsung.

2.1.5 Mekanisme Bonus

Mekanisme bonus merupakan salah satu strategi yang tujuannya untuk memberikan penghargaan manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan (Hartati dkk, 2014).

2.1.6 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan total aset yang dimiliki oleh perusahaan dan dapat menggambarkan kondisi dari perusahaan tersebut (Sulistiono, 2010).

2.2 Penurunan Hipotesis

2.2.1 Pengaruh *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing*

Tunneling merupakan perilaku manajemen atau pemegang saham mayoritas yang mentransfer kekayaan perusahaan untuk kepentingan mereka sendiri, namun biaya dibebankan kepada pemegang saham minoritas. Hasil dari penelitian Mispiyanti (2017) menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan

transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010–2013. Hartati dkk (2014) dan Mispityanti (2017) menemukan *tunneling incentive* berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*. Berdasarkan penjelasan diatas maka ditarik hipotesis sebagai berikut:

H1: Tunneling incentive berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing

2.2.2 Pajak

Menurut Hartati dkk (2014) menyatakan bahwa pajak adalah iuran wajib (dapat dipaksakan) yang dibayar berdasarkan undang-undang, tidak mendapat balas jasa secara langsung, dan digunakan untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran pemerintah. Hasil penelitian dari Kiswanto, et al (2014) menemukan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut. Selanjutnya Hartati dkk (2014) menemukan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan diatas maka ditarik hipotesis sebagai berikut:

H2: Pajak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing

2.2.3 Mekanisme Bonus

Menurut Suryatiningsih (2009) dalam Hartati dkk (2014) menyatakan bahwa skema bonus direksi adalah komponen penghitungan besarnya jumlah bonus yang diberikan oleh pemilik perusahaan atau para pemegang saham melalui RUPS kepada anggota direksi yang dianggap mempunyai kinerja baik setiap tahun serta apabila perusahaan memperoleh laba. Berdasarkan hasil penelitian dari Mispianiti (2017) dan Lo, dkk (2010) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*.

Berdasarkan penjelasan diatas maka ditarik hipotesis sebagai berikut:

H3: Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing

2.2.4 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aset sebagai proksi dari ukuran perusahaan. Penelitian di Indonesia yang dilakukan oleh Wijaya dkk (2009) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap transaksi pihak berelasi (*related party transaction*). Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *transfer pricing* (Kisari, 2016).

Berdasarkan penjelasan diatas maka ditarik hipotesis sebagai berikut:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap keputusan transfer pricing

3. METODE PENELITIAN

3.1 Subjek atau Obyek Penelitian

Populasi pada penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur di Indonesia. Kemudian sampel dari penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 sampai 2017.

3.2 Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data sekunder.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan metode purposive sampling, dengan kriteria:

1. Sampel dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dalam periode 2015 sampai 2017.
2. Perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel memiliki persentase kepemilikan oleh perusahaan asing sebesar 20%.
3. Perusahaan manufaktur yang tertib dalam melaporkan laporan keuangan ke BEI periode 2015 sampai 2017.
4. Perusahaan manufaktur tidak mengalami kerugian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data sekunder dan teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara studi observasi,

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah *transfer pricing*. Variabel ini memproksikan dengan variabel *dummy*. Perusahaan yang melakukan penjualan kepada pihak yang mempunyai hubungan istimewa diberi nilai 1 dan yang tidak diberi nilai 0.

2. Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel dependen, variabel independen dalam hal penelitian ini adalah:

1. *Tunneling Incentive*

Variabel *tunneling incentive* diukur dengan menggunakan persentase kepemilikan saham di atas 20% sebagai pemegang saham pengendali oleh perusahaan asing. Hal ini sesuai dengan PSAK No. 15. Skala yang digunakan adalah rasio dengan proksi (Yuniasih dkk, 2012).

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

2. Pajak

Variabel pajak dalam penelitian ini dihitung dengan *effective tax rate* yang merupakan perbandingan *tax expense* dikurangi dengan *differed tax expense* kemudian dibagi dengan laba kena pajak (Yuniasih, dkk, 2012).

$$effective\ tax\ rate = \frac{tax\ expense - deferred\ tax\ expenses}{laba\ kena\ pajak}$$

3. Mekanisme bonus

Untuk variabel ini akan diukur dengan variabel dummy, dimana nilai 1 diberikan untuk perusahaan dengan kepemilikan asing yang melakukan pemberian bonus, tantiem, komisi, atau insentif penjualan kepada manajemen, sedangkan yang lainnya nilai 0 (Mispiyanti, 2015).

4. Ukuran Perusahaan

Pada penelitian ini, variabel ukuran perusahaan diukur menggunakan proksi log total aset (Kiswanto dkk, 2014).

4. Analisis Data Dan Pembahasan

4.1 Analisis Regresi Logistik

4.1.1. Menilai Kelayakan Model Regresi

Hosmer and Lemeshow Test

Step	Chi-square	Df	Sig.
1	11,943	8	0,154

Tabel di atas menunjukkan hasil pengujian Hosmer and Lemeshow. Dengan probabilitas signifikansi menunjukkan angka 0,154. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 (α) atau 5%, maka H_0

diterima. Hal ini dapat diartikan bahwa model regresi layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya.

4.1.2 Menilai Keseluruhan Model (*Overall Model Fit*)

Nilai-2 Log Likelihood	
-2 Log Likelihood Block N = 0	-2 Log Likelihood Block N = 1
88,463	20,397

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat terjadi penurunan dari nilai 2 Log Likelihood dari 88,463 menjadi 20,397. Adanya penurunan dari -2 Log Likelihood Block Number 0 ke -2 Log Likelihood Block Number 1 ini menunjukkan bahwa model regresi baik dan model yang dihipotesiskan fit dengan data.

4.1.3 Analisis Regresi

Model *regresi* logistik digunakan untuk mencari persamaan regresi jika variabel dependennya merupakan variabel yang berbentuk skala ordinal atau variabel yang bersifat kualitatif (Ghozali, 2013). Pengujian yang dilakukan yaitu dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) = 5%.

Analisis Regresi

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
tunneling_incentive	2,782	,861	10,436	1	,001	16,151
pajak	,051	,723	,005	1	,944	1,052
Step 1 ^a mekanisme_bonus	2,105	,992	4,499	1	,034	8,203
ukuran_perusahaan	-4,020	4,708	,729	1	,393	,018
Constant	12,052	11,732	1,055	1	,304	171500,785

Dari hasil analisis diatas, pada kolom beta dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk. Adapun persamaan regresi logistik, sebagai berikut:

$$\ln \frac{Y}{1-Y} = 12,052 + 2,782X_1 + 0,051X_2 + 2,105X_3 - 4,020X_4 + \varepsilon$$

4.2 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis)

Pengujian Hipotesis

	B	Sig.	Exp(B)
Tunneling Incentive	2,782	0,001	16,151
Pajak	0,051	0,944	1,052
Mekanisme Bonus	2,105	0,034	8,203
Ukuran Perusahaan	-4,020	0,393	0,018
Constant	12,052	0,304	

Dari pengujian hipotesis menggunakan SPSS diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Nilai signifikan *tunneling incentive* menunjukkan nilai sebesar 0,001, dengan tingkat signifikansi kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dimana nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti H_1 diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

2. Pengujian Hipotesis Kedua (H_2)

Nilai signifikan pajak menunjukkan nilai sebesar 0,944, dengan tingkat signifikansi kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dimana nilai signifikansi sebesar $0,944 > 0,05$ yang berarti H_2 ditolak. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

3. Pengujian Hipotesis Ketiga (H_3)

Nilai signifikan mekanisme bonus menunjukkan nilai sebesar 0,034, dengan tingkat signifikansi kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05, dimana nilai signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$ yang berarti H_3 diterima. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

4. Pengujian Hipotesis Keempat (H_4)

Nilai signifikan ukuran perusahaan menunjukkan nilai sebesar 0,393, dengan tingkat signifikansi kesalahan yang digunakan sebesar 5% atau 0,05,

dimana nilai signifikansi sebesar $0,393 > 0,05$ yang berarti H_4 ditolak. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

4.3 Koefisien Determinasi

Model Summary

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	68,066 ^a	0,197	0,321

Pada *tabel* diatas nilai *Nagelkerke R square* adalah 0,321 yang berarti variabilitas variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen adalah sebesar 32,1%, sisanya sebesar 76,9% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model penelitian.

4.4 Pembahasan

1. Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing*

Hasil dari pengujian yang pertama yaitu hipotesis *tunneling incentive* (H_1) menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mispianiti (2017). Perusahaan manufaktur di Indonesia sebagian besar memiliki anak perusahaan baik di dalam negeri maupun diluar negeri. Kondisi ini dapat menguntungkan

pemegang saham mayoritas dengan kemampuan untuk mengontrol perusahaan melakukan *transfer pricing*.

2. Pengaruh Pajak terhadap keputusan *Transfer Pricing*

Hasil dari pengujian kedua yaitu hipotesis pajak (H₂) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian dari Kiswanto dkk (2014) menemukan bahwa pajak berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Perusahaan terdorong melakukan *transfer pricing* karena beban pajak yang harus dibayarkan besar, namun pada perusahaan yang memiliki beban pajak kecil pun dapat melakukan *transfer pricing*.

3. Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap keputusan *Transfer Pricing*

Hasil dari pengujian ketiga yaitu hipotesis mekanisme bonus (H₃) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Hasil ini sesuai dengan penelitian dari Mispiyanti (2017) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing*. Semakin tinggi bonus yang diberikan perusahaan maka manajemen akan mencari cara untuk meningkatkan laba perusahaan dan memperoleh bonus tersebut.

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap keputusan *Transfer Pricing*

Hasil dari pengujian keempat yaitu hipotesis ukuran perusahaan (H₄) menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh terhadap pengambilan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2017. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian dari Wijaya dkk (2009) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap transaksi pihak berelasi (*related party transaction*). Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan besar maupun kecil dapat melakukan *transfer pricing* dan variabel ukuran perusahaan tidak dapat mengindikasikan.

5. Simpulan

- a. *Tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017.
- b. Pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017.
- c. Mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017.
- d. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017.

Daftar Pustaka

- Astuti. (2016). Tren Penghindaran Pajak Perusahaan Manufaktur di Indonesia yang Terdaftar di BEI Tahun 2001-2014. *Jurnal Akuntansi*, XX(03), 375–388.
- Atasanov. (2014). *Law and Tunneling Law and Tunneling*.
- Brundy dan Siswantay. (2014). Pengaruh Mekanisme Pngawasan Terhadap Aktivitas *Tunneling*. *E-Journal UAJY*.
- Tiwa M, P.E.David (2017). Issn 2303-1174, 5(2).
- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program SPSS.t Universitas Diponegoro
- Hartati,Winda. (2014). Analisis Pengaruh Pajak Dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing*.
- Jensen & Meckling. (1976).*The Theory of The Firm: Manajerial Behaviour, Agency Cost, and Ownership Structure, Journal of Financial and Economics*.
- Johnson, La Porta, Lopez de Silanes dan Shleifer. (2000). *Tunneling - AER Paper and Proceedings 2010.pdf. AEA Paper and Proceedings*.
- Kiswanto dan Purwaningsih. (2014). Pengaruh Pajak, Kepemilikan Asing, dan Ukuran perusahaan terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan manufaktur di BEI tahun 2010-2013. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya*.
- Klassen, Lisowsky dan Mescall. (2012). *Transfer Pricing: Strategies, Practices, and Tax Minimization*.
- Kowandana, Diony. (2013). *Marger dan Akuisisi*. Akuntansi Manajemen.
- Mardiasmo. Perpajakan Edisi Revisi (2011). Yogyakarta
- Marfuah dan Azizah. (2014). Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive* dan *Exchange Rate* Pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan. *Universitas Islam Indonesia*.
- Mispiyanti. (2017). Pengaruh pajak dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* .

- Mutamimah (2009). *Tunneling atau Value Added* dalam Strategi Merger dan Akuisisi di Indonesia. *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*
- Putri, Kisari (2016). Pengaruh Kepemilikan Asing, Ukuran Perusahaan, dan *Leverage* terhadap Keputusan Perusahaan untuk Melakukan *Transfer Pricing*. *Skripsi*
- Rachmawati, Andri dan Hanung Triatmoko. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Laba dan Nilai Perusahaan.
- Rochmadina, Allysa. (2014). Analisis Pengaruh Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Keputusan *Transfer Pricing*. *Jurnal Akutansi Dan Investasi*, (18).
- Sulistiono (2010). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2006-2008. *Skripsi*
- Sudarmadji dan Sularto (2007). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *leverage*, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas *Voluntary Disclosure* Laporan Keuangan Tahunan. Widyatama
- Suryatiningsih dan Siregar (2008). Pengaruh Skema Bonus Direksi terhadap Aktivitas Manajemen Laba.
- Tempo Inti Media Tbk. (2014). *Prahara Pajak Raja Otomotif*.
<https://investigasi.tempo.co/toyota/>
- Wijaya, Supatmi dan Widi. (2009). Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan dan Related Party Transaction. *Skripsi*
- Yuniasih, N.W. (2012). Pengaruh Pajak dan *Tunneling Incentive* pada Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Listing di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal dan Prosiding SNA-Simposium Nasional Akuntansi*

