



Pengaruh *Tunneling Incentive* dan Mekanisme Bonus Terhadap *Transfer Pricing* dengan *Tax Minimization* sebagai Variabel Moderasi

Rahilah Putri Zamri^{1*} Wahyu Nurul Hidayati²

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia^{1,2}

*Email Korespondensi: rahilahpz83@gmail.com

Diterima: 15-08-2026 | Disetujui: 20-08-2026 | Diterbitkan: 22-08-2026

ABSTRACT

This study examines the effect of tunneling incentive and bonus mechanism on transfer pricing, with tax minimization as a moderating variable, in consumer non-cyclicals companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2021-2025. A quantitative approach was used with secondary data obtained from annual financial reports. Using purposive sampling, 20 companies met the criteria, producing 100 firm-year observations analyzed through panel data regression and Moderated Regression Analysis (MRA) with EViews 12. The Random Effect Model was selected as the best estimation model. The results of the F test show that tunneling incentive and bonus mechanism simultaneously have a significant effect on transfer pricing. The t test results indicate that tunneling incentive has a positive and significant partial effect on transfer pricing, while bonus mechanism has no significant partial effect. These findings suggest that transfer pricing decisions in consumer non-cyclicals firms are driven more by controlling shareholders' interests than by management bonus schemes.

Keywords: *Tunneling Incentive; Bonus Mechanism; Transfer Pricing; Tax Minimization; Panel Data Regression.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh tunneling incentive dan mekanisme bonus terhadap transfer pricing dengan tax minimization sebagai variabel moderasi pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Melalui teknik purposive sampling diperoleh 20 perusahaan yang memenuhi kriteria, sehingga menghasilkan 100 observasi yang dianalisis menggunakan regresi data panel dan Moderated Regression Analysis (MRA) dengan bantuan EViews 12. Model estimasi terbaik yang terpilih adalah Random Effect Model. Hasil uji F menunjukkan bahwa tunneling incentive dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing. Hasil uji t menunjukkan bahwa tunneling incentive berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap transfer pricing, sedangkan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan secara parsial. Temuan ini mengindikasikan bahwa keputusan transfer pricing pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals lebih didorong oleh kepentingan pemegang saham pengendali dibandingkan skema bonus manajemen.

Katakunci: *Tunneling Incentive; Mekanisme Bonus; Transfer Pricing; Tax Minimization; Regresi Data Panel.*

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Zamri, R. P., & Hidayati, W. N. . (2026). Pengaruh Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing dengan Tax Minimization sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Literature Review*, 2(2). <https://doi.org/10.63822/2rxcbv06>

PENDAHULUAN

Perkembangan kolaborasi ekonomi global mendorong perusahaan lokal bertransformasi menjadi perusahaan multinasional yang beroperasi di lebih dari satu negara (G. P. Sari & Finatariyani, 2025). Operasi lintas negara dengan ketentuan perpajakan yang berbeda membuka peluang timbulnya risiko perpajakan, salah satunya melalui praktik *transfer pricing*, yaitu kebijakan penetapan harga transfer barang, jasa, maupun aset tidak berwujud kepada pihak berelasi (Setyorini & Nurhayati, 2022). Melalui *transfer pricing*, perusahaan dapat mengalihkan penghasilan dan biaya kepada pihak berelasi guna meminimalkan beban pajak yang harus ditanggung, sehingga berpotensi menurunkan penerimaan pajak negara (Dewi & Hidayati, 2024). Di Indonesia, ketentuan mengenai hubungan istimewa dan harga transfer diatur dalam Pasal 18 UU No. 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan serta PSAK No. 7.

Fenomena praktik *transfer pricing* dalam sengketa perpajakan internasional dapat dilihat dari kasus perusahaan tambang multinasional Rio Tinto, yang menyelesaikan sengketa pajak dengan *Australian Taxation Office* senilai hampir AUD 1 miliar setelah memanfaatkan Singapura sebagai pusat pemasaran produk untuk mengalihkan sebagian keuntungannya ke yurisdiksi bertarif pajak lebih rendah (DDTC News, 2022). Di Indonesia sendiri, *Tax Justice Network* melaporkan kerugian penerimaan pajak akibat penghindaran pajak perusahaan multinasional yang cukup besar, yang salah satunya ditengarai terjadi melalui transaksi pihak berelasi baik domestik maupun internasional.

Praktik *transfer pricing* erat kaitannya dengan konflik keagenan antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas. *Tunneling incentive* menggambarkan insentif pemegang saham mayoritas untuk mengalihkan kekayaan perusahaan demi kepentingan pribadi dengan membebaskan biayanya kepada pemegang saham minoritas (Hanna & Ratnasari, 2025). Selain itu, mekanisme bonus yang diberikan kepada manajemen berdasarkan pencapaian laba juga diduga dapat mendorong manajer memanfaatkan *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang diterima (Hertanto et al., 2023). Di sisi lain, *tax minimization* diduga turut berperan memperkuat maupun memperlemah kecenderungan perusahaan melakukan *transfer pricing* sebagai bagian dari strategi efisiensi pajak (Riyadi & Kresnawati, 2021). Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang tidak konsisten mengenai pengaruh *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*, sehingga menjadi celah penelitian yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan secara empiris pengaruh *tunneling incentive* dan mekanisme bonus, baik secara simultan maupun parsial, terhadap *transfer pricing*, serta menguji kemampuan *tax minimization* dalam memoderasi pengaruh tersebut, pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025.

LANDASAN TEORITIS

Teori keagenan menjelaskan hubungan kontraktual antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajemen) dalam menjalankan perusahaan sesuai kepentingan *principal* (Isnaini & Arianti, 2024). Perbedaan kepentingan dan asimetri informasi antara kedua pihak berpotensi memicu konflik keagenan, di mana manajemen dapat memanfaatkan *transfer pricing* untuk kepentingan pribadi, misalnya memaksimalkan bonus atau mengalihkan laba ke yurisdiksi bertarif pajak rendah (G. P. Sari & Finatariyani, 2025). Selain konflik antara *principal* dan *agent* (Tipe I), teori keagenan juga menjelaskan konflik antara pemegang saham pengendali dan pemegang saham minoritas (Tipe II), yang menjadi dasar munculnya

perilaku *tunneling*.

Tunneling incentive merupakan insentif bagi pemegang saham mayoritas untuk mengalihkan aset dan keuntungan perusahaan demi kepentingan pribadi, dengan membebankan sebagian biayanya kepada pemegang saham minoritas (Saragih & Rusdi, 2024). Kondisi ini muncul karena pemegang saham pengendali memiliki kendali lebih besar dalam pengambilan keputusan perusahaan dibandingkan pemegang saham minoritas, termasuk dalam menentukan transaksi dengan pihak berelasi (Ulfa & Rais, 2024). Semakin besar kepemilikan saham pengendali, semakin besar pula peluang perusahaan melakukan *transfer pricing* untuk mengalihkan kekayaan kepada perusahaan afiliasi.

Mekanisme bonus adalah kompensasi yang diberikan kepada manajemen atas pencapaian kinerja perusahaan, yang umumnya didasarkan pada besarnya laba yang diperoleh (Hertanto et al., 2023). Karena kompensasi tersebut berkaitan erat dengan laba, manajemen berpotensi memanfaatkan berbagai metode akuntansi, termasuk *transfer pricing*, untuk memaksimalkan bonus yang diterima (Hidayah & Madjid, 2024). Meski demikian, penentuan bonus pada praktiknya juga mempertimbangkan indikator kinerja lain seperti pencapaian target operasional dan kepatuhan tata kelola perusahaan.

Tax minimization adalah upaya perusahaan untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan dengan tetap mematuhi ketentuan perpajakan yang berlaku (Riyadi & Kresnawati, 2021). Salah satu strategi yang digunakan perusahaan multinasional adalah menggeser kewajiban perpajakan dari negara bertarif pajak tinggi ke negara bertarif pajak rendah melalui praktik *transfer pricing* (Langelo & Subiyantoro, 2023). Dalam penelitian ini, *tax minimization* diproksikan dengan *Effective Tax Rate* (ETR) dan diposisikan sebagai variabel yang memoderasi hubungan antara *tunneling incentive* serta mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* (Yaramah et al., 2025).

Transfer pricing adalah strategi penentuan harga atas transaksi barang, jasa, maupun aset tidak berwujud antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa (Isnaini & Arianti, 2024). Praktik ini dapat dilakukan dalam satu perusahaan (*intra-company*) maupun melibatkan perusahaan multinasional (*inter-company*) (Rizanti & Karlina, 2024). Berdasarkan kerangka teori tersebut, penelitian ini merumuskan lima hipotesis: (H1) *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh secara simultan terhadap *transfer pricing*; (H2) *tunneling incentive* berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing*; (H3) mekanisme bonus berpengaruh secara parsial terhadap *transfer pricing*; (H4) *tax minimization* memoderasi pengaruh *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*; dan (H5) *tax minimization* memoderasi pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif, yaitu menggambarkan suatu fenomena berdasarkan data-data berupa angka untuk kemudian ditarik kesimpulan (Saragih & Rusdi, 2024). Data yang digunakan adalah data sekunder berupa laporan keuangan tahunan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2021-2025, yang diperoleh melalui situs resmi www.idx.co.id serta situs resmi masing-masing perusahaan.

Populasi penelitian ini berjumlah 132 perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI selama periode 2021-2025. Sampel ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria: (1) terdaftar di BEI selama 2021-2025; (2) menyediakan laporan keuangan lengkap selama periode tersebut; (3) menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang Rupiah; (4) memperoleh laba selama periode

pengamatan; dan (5) menyediakan data lengkap terkait variabel penelitian. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh 37 perusahaan, yang kemudian berkurang menjadi 20 perusahaan setelah dilakukan uji *outlier* terhadap 17 perusahaan. Dengan periode pengamatan lima tahun, total observasi yang dianalisis berjumlah 100 observasi (20 perusahaan $\times$ 5 tahun).

Variabel dependen penelitian ini adalah *transfer pricing* (TP), diukur dengan rasio piutang transaksi pihak berelasi terhadap total piutang (Dewi & Hidayati, 2024). Variabel independen pertama adalah *tunneling incentive* (TI), diukur dengan proporsi kepemilikan saham terbesar terhadap jumlah saham beredar (G. P. Sari & Finatariyani, 2025). Variabel independen kedua adalah mekanisme bonus (MB), diukur dengan rasio perubahan laba bersih tahun berjalan terhadap laba bersih tahun sebelumnya (Lubis et al., 2024). Variabel moderasi adalah *tax minimization* (TM), diukur dengan *Effective Tax Rate* (ETR), yaitu rasio beban pajak terhadap laba sebelum pajak (Riyadi & Kresnawati, 2021).

Teknik analisis data menggunakan regresi data panel dengan bantuan *software* EVIEWS 12. Tahapan analisis meliputi statistik deskriptif; pemilihan model estimasi terbaik antara *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model* melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji *Lagrange Multiplier* (Basuki, 2021); uji asumsi klasik (multikolinearitas dan heteroskedastisitas); analisis regresi linear data panel; *Moderated Regression Analysis* (MRA) untuk menguji efek moderasi *tax minimization*; serta pengujian hipotesis melalui uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji t) pada taraf signifikansi 5% (Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Populasi penelitian berjumlah 132 perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di BEI periode 2021-2025. Melalui teknik *purposive sampling* dan uji *outlier* terhadap 17 perusahaan, diperoleh 20 perusahaan sebagai sampel akhir dengan total 100 observasi. Hasil statistik deskriptif menunjukkan rata-rata *transfer pricing* (TP) sebesar 0,3236 dengan standar deviasi 0,3391, rata-rata *tunneling incentive* (TI) sebesar 0,6132, rata-rata mekanisme bonus (MB) sebesar 1,2219, dan rata-rata *tax minimization* (TM) sebesar 0,2197.

Pemilihan model estimasi melalui Uji Chow, Uji Hausman, dan Uji *Lagrange Multiplier* menghasilkan *Random Effect Model* (REM) sebagai model regresi data panel terbaik. Uji asumsi klasik menunjukkan data tidak sepenuhnya terdistribusi normal (probabilitas Jarque-Bera 0,008580), namun hal ini tidak menjadi masalah berarti karena jumlah observasi ($n=100$) telah memenuhi *Central Limit Theorem*. Nilai *Centered VIF* sebesar 1,001659 pada kedua variabel independen menunjukkan tidak ada gejala multikolinearitas, dan uji Glejser menunjukkan model bebas dari heteroskedastisitas (seluruh nilai probabilitas $> 0,05$).

Hasil regresi data panel dengan REM menghasilkan persamaan: $TP = -0,056620 + 0,616937 TI + 0,001580 MB + e$. Nilai *Adjusted R-squared* sebesar 0,054238 (5,42%), menunjukkan bahwa *tunneling incentive* dan mekanisme bonus mampu menjelaskan variasi *transfer pricing* sebesar 5,42%, sedangkan sisanya sebesar 94,58% dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji F (Simultan)

Keterangan	Nilai
F-statistic	3,838735
F-tabel	2,31
Prob (F-statistic)	0,024863
Kesimpulan	Signifikan (H1 diterima)

Hasil uji F menunjukkan nilai F-statistik sebesar 3,838735 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,31, dengan nilai probabilitas (F-statistic) sebesar 0,024863 yang lebih kecil dari 0,05. Hasil ini membuktikan bahwa secara simultan *tunneling incentive* dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

Tabel 2. Hasil Uji t (Parsial)

Variabel	t-hitung	t-tabel	Probabilitas	Kesimpulan
Tunneling Incentive (TI)	2,751117	1,985523	0,0071	Positif, signifikan
Mekanisme Bonus (MB)	0,128192	1,985523	0,8983	Tidak signifikan

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel *tunneling incentive* memiliki nilai t-hitung sebesar 2,751117 lebih besar dari t-tabel sebesar 1,985523 dengan probabilitas 0,0071 ($< 0,05$), sehingga *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *transfer pricing*. Sebaliknya, variabel mekanisme bonus memiliki nilai t-hitung sebesar 0,128192 lebih kecil dari t-tabel sebesar 1,985523 dengan probabilitas 0,8983 ($> 0,05$), sehingga mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *transfer pricing*.

Pembahasan

Pengaruh Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing (Uji F)

Hasil uji F membuktikan bahwa *tunneling incentive* dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* (F-hitung 3,838735 $>$ F-tabel 2,31; probabilitas 0,024863 $<$ 0,05), sehingga hipotesis pertama diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial hanya *tunneling incentive* yang terbukti berpengaruh signifikan, kedua variabel secara bersama-sama tetap memberikan kontribusi terhadap keputusan perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* dalam melakukan *transfer pricing*. Merujuk pada Teori Keagenan, kondisi ini mencerminkan bahwa kebijakan *transfer pricing* muncul dari kombinasi berbagai kepentingan dalam perusahaan, baik kepentingan pemegang saham pengendali maupun kepentingan manajemen dalam mengoptimalkan kinerja, bukan semata-mata dipengaruhi oleh satu faktor tunggal.

Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing (Uji t)

Hasil uji t menunjukkan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing* (t-hitung 2,751117 $>$ t-tabel 1,985523; probabilitas 0,0071 $<$ 0,05), sehingga hipotesis kedua diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin besar kepemilikan saham oleh pemegang saham pengendali, semakin besar pula kecenderungan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Pemegang saham mayoritas memiliki kekuasaan yang lebih besar dalam menentukan kebijakan perusahaan, termasuk transaksi dengan pihak berelasi, sehingga membuka peluang terjadinya ekspropriasi terhadap pemegang

saham minoritas (*Agency Conflict Type II*). Hasil ini sejalan dengan penelitian (D. O. Putri & Meirina, 2025) yang juga menemukan bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *transfer pricing*, karena pemegang saham pengendali memiliki kewenangan yang lebih besar untuk mengalihkan kekayaan perusahaan demi memperoleh manfaat ekonomi.

Pengaruh Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing (Uji t)

Hasil uji t menunjukkan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* ($t\text{-hitung } 0,128192 < t\text{-tabel } 1,985523$; probabilitas $0,8983 > 0,05$), sehingga hipotesis ketiga ditolak. Hasil ini mengindikasikan bahwa sistem pemberian bonus kepada manajemen bukan merupakan faktor utama yang mendorong perusahaan melakukan *transfer pricing*. Besar kecilnya bonus yang diterima manajemen diduga tidak hanya didasarkan pada pencapaian laba semata, tetapi juga mempertimbangkan indikator kinerja lain seperti pencapaian target operasional, pertumbuhan perusahaan, serta kepatuhan terhadap tata kelola perusahaan yang baik. Selain itu, pengawasan dari regulator, auditor eksternal, dan otoritas perpajakan turut membuat manajemen lebih berhati-hati dalam memanfaatkan *transfer pricing* sebagai sarana peningkatan bonus. Hasil ini sejalan dengan penelitian (N. A. Sari et al., 2025) yang juga menemukan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *tunneling incentive* dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2025. Berdasarkan hasil uji F dan uji t, dapat disimpulkan bahwa: (1) *tunneling incentive* dan mekanisme bonus secara simultan berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing*, yang menunjukkan bahwa praktik *transfer pricing* dipengaruhi oleh kombinasi berbagai faktor internal perusahaan; (2) *tunneling incentive* berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap *transfer pricing*, yang mengindikasikan bahwa semakin besar kepemilikan saham oleh pemegang saham pengendali, semakin besar pula kecenderungan perusahaan melakukan *transfer pricing*; dan (3) mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap *transfer pricing*, yang menunjukkan bahwa sistem pemberian bonus kepada manajemen bukan merupakan faktor utama yang mendorong perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, antara lain cakupan sampel yang hanya mencakup perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* serta periode pengamatan yang terbatas pada tahun 2021-2025, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada sektor maupun periode lain. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel independen lain yang diduga memengaruhi *transfer pricing*, seperti *Good Corporate Governance*, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan, serta memperluas objek penelitian ke sektor industri lain. Bagi perusahaan, disarankan untuk lebih memperhatikan penerapan *Good Corporate Governance* dan prinsip *arm's length* dalam setiap transaksi dengan pihak berelasi guna melindungi kepentingan pemegang saham minoritas.

DAFTAR PUSTAKA

Alexander Holmes, Barbara Illowsky, & S. D. (2023). *Introductory Business Statistics 2e*.

Pengaruh Tunneling Incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Transfer Pricing dengan Tax Minimization sebagai Variabel Moderasi (Zamri et al)

- Basuki, A. T. (2021). *Analisis Data Panel dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis (Dilengkapi dengan Penggunaan EViews)*.
- D. O. Putri, & Meirina, E. (2025). Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Debt Covenant dan Intangible Asset terhadap Keputusan Perusahaan Melakukan Transfer Pricing. *The Journal of Business and Management Research*, 8(1), 153-166.
- DDTC News. (2022). *Sengketa Pajak Berakhir, Perusahaan Tambang Ini Bayar Rp10 Triliun*. DDTC News. <https://news.ddtc.co.id/berita/internasional/40921/sengketa-pajak-berakhir-perusahaan-tambang-ini-bayar-rp10-triliun>
- Dewi, N., & Hidayati, W. N. (2024). Pengaruh Manajemen Laba, Sales Growth, Transfer Pricing, dan Umur Perusahaan terhadap Praktik Penghindaran Pajak. *Jurnal Akuntansi (AKUA)*, 3(4), 205-216. <https://doi.org/10.54259/akua.v3i4.3030>
- Eksandy, A. (2018). *Metode Penelitian Akuntansi dan Manajemen*.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*.
- Hanna, R., & Ratnasari, F. (2025). Pengaruh Tunneling Incentive dan Intangible Assets terhadap Transfer Pricing dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 9(2), 103-116. <https://doi.org/10.33884/jab.v9i2.9896>
- 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 Ekonomi dan Bisnis*, 2.
- Hidayah, N. U., & Madjid, S. (2024). Exploring the Impact of Taxes, Firm Size and Bonus Mechanisms on Transfer Pricing Decisions. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 2(1), 23-33.
- Isnaini, A., & Arianti, B. F. (2024). Pengaruh Kebijakan Dividen, Tax Minimization, dan Tunneling Incentive terhadap Praktik Transfer Pricing. *Jurnal Riset Akuntansi*, 14(2), 635-637.
- Langelo, F. N., & Subiyantoro, H. (2023). Pengaruh Mekanisme Bonus dan Kualitas Audit terhadap Keputusan Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 12, 41-46.
- Lubis, V. R., Yunita, N. A., Murhaban, M., & Usman, A. (2024). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus terhadap Keputusan Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Sektor Consumer Cyclical Period 2019-2021). *Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM)*, 2(3), 351. <https://doi.org/10.29103/jam.v2i3.10939>
- N. A. Sari, Rambe, R. F., & Arifin, S. B. (2025). Pengaruh Beban Pajak dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing Dimoderasi Tax Minimization. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1, 1-7.
- Riyadi, F. D., & Kresnawati, E. (2021). Keputusan Harga Transfer: Peran Tunneling Incentive dan Minimasi Pajak. *Akuntabilitas*, 15(1), 35-54. <https://doi.org/10.29259/ja.v15i1.13583>
- Rizanti, D. F., & Karlina, L. (2024). Pengaruh Pajak, Mekanisme Bonus dan Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 499-512. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.856>
- Saragih, M. R., & Rusdi. (2024). Pengaruh Kebijakan Dividen, Tax Minimization dan Tunneling Incentive terhadap Praktik Transfer Pricing. *Scientific Journal of Reflection: Economic, Accounting, Management and Business*, 7(4), 1255-1269.
- Sari, G. P., & Finatariyani, E. (2025). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Tunneling Incentive, dan Beban Pajak terhadap Transfer Pricing. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 2(5), 199-

210. <https://doi.org/10.61722/jemba.v2i5.1318>
- Setyorini, F., & Nurhayati, I. (2022). Pengaruh Pajak (ETR), Tunneling Incentive (TNC), Mekanisme Bonus (ITRENDLB) dan Firm Size (Size) terhadap Keputusan Transfer Pricing. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi)*, 13(1), 233-242.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. ALFABETA, CV.
- Ulfa, S., & Rais, R. G. P. (2024). Pengaruh Beban Pajak, Tunneling Incentive, dan Mekanisme Bonus terhadap Transfer Pricing pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di BEI Periode 2019-2021. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh*, 3(2), 187-203.
- Yaramah, W., Abbas, D. S., Wibowo, M. N. R., Maulidah, M., Setiawan, & Lindeawati, P. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Tunneling Incentive, Mekanisme Bonus, dan Intangible Aset terhadap Transfer Pricing dengan Tax Minimization Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8.