

PENGARUH TRANSFER PRICING TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN MAKANAN & MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2020 – 2021

Imanoel Nicholas Alfons Manoppo*, Mila Susanti**

Fakultas Ekonomi, Program Studi Akuntansi

Universitas Advent Indonesia

E-mail: 1932080@unai.edu, milasusanti@unai.edu

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti dengan bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh dari transfer pricing terhadap agresivitas pajak. Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data – data sekunder berupa laporan keuangan dari setiap perusahaan sektor makanan & minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2020 – 2021. Sampel penelitian ini adalah berjumlah 49 populasi perusahaan, 48 perusahaan sampel dan total data penelitian yang berjumlah 96 data penelitian yang diambil dan digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini untuk variabel transfer pricing terhadap agresivitas pajak adalah memiliki nilai signifikansi angka sebesar 0,080097 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan tidak adanya pengaruh signifikan dari pengaruh transfer pricing terhadap agresivitas pajak.

Kata Kunci—Transfer Pricing, Agresivitas Pajak

ABSTRACT

This study was conducted by researchers with the aim of knowing whether there is an effect of transfer pricing on tax aggressiveness. The study was conducted by collecting secondary data in the form of financial reports from each food & beverage sector company listed on the Indonesia Stock Exchange in 2020-2021. The sample of this study was 49 company populations, 48 sample companies and a total of 96 research data. While the research results on the effect of transfer pricing on tax aggressiveness have significance value of 0,080097 greater than 0,05 So it can be concluded that there is no significant effect of transfer pricing on tax aggressiveness.

Keywords—Transfer Pricing, Tax Aggressiveness

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pajak memiliki definisi yaitu pungutan wajib dari rakyat terhadap negaranya itu, Pajak berguna untuk membiayai pengeluaran-pengeluaran negara, pajak juga dapat digunakan untuk melakukan pembangunan negara sampai membayar gaji – gaji dari para pegawai pegawai negeri. pajak yang diterima oleh negara akan dipakai sepenuhnya untuk kemakmuran rakyat nya sendiri.

Oleh karena itu pemerintah harus memperhatikan jumlah penerimaan ataupun pendapatan pajak yang didapat oleh negara itu sendiri dari setiap tahunnya dan harus di evaluasi apakah setiap tahunnya pendapatan ataupun penerimaan pajak di negara itu bertambah dari tahun-tahun sebelumnya atau mengalami penurunan pendapatan pajak dari tahun-tahun yang sebelumnya.

Pajak adalah pendapatan yang paling besar dari suatu negara yg dipungut oleh rakyatnya, semakin banyak rakyat dari negara itu, maka akan semakin besar pendapatan pajak dari negara itu, karena dengan adanya pajak, suatu negara dapat menggunakan pajak itu, tapi tidak jarang ada terjadi beberapa kendala yang dihadapi oleh pihak pemerintah dari negara itu untuk memungut pajak dari rakyatnya.

Agresivitas Pajak (*tax aggressiveness*) adalah salah satu cara yang biasa perusahaan gunakan untuk mengurangi hutang dari pajak (Suyanto et al., 2012). Ini adalah hal yang sama yang dikemukakan oleh (Frank et al., 2009) dikatakan agresivitas pajak dimaksud dengan perilaku atau suatu hal yang menginspirasi wajib pajak tersebut membayar pajak nya melalui tahapan dalam mengatur hutang pajak dan melalui suatu perencanaan untuk menghindari pajak yang besar (*tax avoidance*) yang legal ataupun cara yang illegal dalam bentuk penggelapan pajak (*tax evasion*).

Pada saat sebuah perusahaan secara agresif terhadap pajak maka dapat berdampak langsung dengan berkurangnya pendapatan pajak dari negara. Menurut (Gemilang, 2017), Perusahaan yang melakukan tindakan penghindaran dalam pajak adalah dikarenakan perusahaan itu berharap suatu keuntungan besar dengan metode mengurangi suatu hutang pajaknya terhadap pemerintah agar perusahaan tersebut bisa menambah keuntungannya hingga perusahaan bisa menggunakan untuk investasi di waktu mendatang.

Walau perusahaan bisa mendapat keuntungan besar, tidak menutup kemungkinan juga perusahaan bisa dikenakan sanksi ataupun denda dari kantor pajak karena melakukan agresivitas pajak, turunnya harga saham perusahaan dikarenakan para pemegang sahamnya menyadari kalau perusahaan tersebut melakukan usaha agresivitas pajak, ataupun penilaian negative berasal dari khalayak umum bisa jadi karena perusahaan tersebut mengabaikan kewajiban membayar pajak.

“Penghindaran pajak sangat sering dilakukan oleh perusahaan multinasional dengan salah satu cara yaitu dengan melakukan *Transfer Pricing* (Harga Transfer). *Transfer Pricing* sendiri adalah suatu harga jual khusus yang ditetapkan oleh suatu perusahaan dan diberlakukan dalam pertukaran antar divisional untuk mencatat pendapatan divisi penjual (*selling division*) dan biaya dari divisi pembeli (*buying division*) (Hansen & Mowen, 2005).

Transfer pricing sendiri merupakan salah satu cara atau Teknik dari sebuah perusahaan untuk mengurangi atau menghemat pengeluaran pajaknya. dari sisi pemerintah, *transfer pricing* bisa menjadi suatu faktor penyebab potensi dalam penerimaan pajak dari negara dapat berkurang dikarenakan perusahaan multinasional sudah melakukan penggeseran dari kewajiban perpajakan

melalui memperkecil suatu harga jual diantara perusahaan di satu grup dan bisa juga mengirim laba yang didapat perusahaan di negara yang menetapkan tarif pajaknya lebih rendah.

Tujuan Penelitian ini dilakukan antara lain untuk menganalisis seberapa besar *Transfer Pricing* yang dilakukan oleh Perusahaan Sektor Makanan & Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2020 – 2021. Untuk menganalisis Seberapa besar Agresivitas Pajak yang dilakukan oleh Perusahaan Sektor Makanan & Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2020 – 2021. Dan untuk menganalisis pengaruh dari *Transfer Pricing* terhadap Agresivitas Pajak.

TINJAUAN PUSTAKA

Transfer Pricing

Transfer Pricing ialah ketetapan dari sebuah organisasi atau perusahaan saat menentukan harga transfer, baik itu dalam bentuk barang, jasa, harta tidak berwujud maupun transaksi finansial yang dilakukan suatu organisasi/perusahaan (Bunyamin & Wisanggeni, 2019).

“Organization for Economic Corporation and Development (OECD) mendefinisikan atau mengartikan *transfer pricing* (harga transfer) menjadi harga yang ditentukan pada saat melakukan transaksi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan afiliasi. Dimana harga transfer ini akan ditentukan jauh lebih rendah dari harga yang ada di pasar, hal ini dikarenakan oleh karena perusahaan menganggap bahwa perusahaan mempunyai kebebasan untuk menetapkan atau mengadopsi prinsip apapun bagi perusahaannya (Tiwa et al., 2017). *Arm's length principle (ALP)* mengungkapkan bahwa harga transfer atau transaksi seharusnya tidak boleh terjadi adanya diskriminasi harga baik dengan perusahaan afiliasi ataupun yang tidak terafiliasi.

Dengan adanya perkembang zaman sekarang ini baik dalam bidang teknologi,informasi, serta pemasaran yang sangat berkembang pesat itu mendorong setiap individu untuk ikut berkembang sehingga dapat meningkatkan keuntungan khususnya secara ekonomi atau finansial. Hal yg demikian juga dilakukan oleh suatu perusahaan dengan melakukan konglomerasi ataupun membuka cabang-cabang di tempat yang baru. Beberapa perusahaan melakukan hal tersebut dengan tujuan untuk meningkatkan pangsa pasar sehingga bisa memberikan keuntungan atau penghasilan bagi perusahaan secara keseluruhan. Tetapi tidak sedikit juga perusahaan yang melakukan hal tersebut dengan tujuan mengurangi atau menekan beban pajak terutang mereka dengan melakukan penghindaran pajak. (Tampubolon & Farizi, 2019) menyatakan bahwa hubungan antara wajib pajak luar negeri dengan anak perusahaannya bisa diatur agar dapat mengurangi ataupun menekankan biaya pajaknya.”

Penghindaran pajak dalam menekan beban pajak dapat dilakukan dengan cara penentuan harga transfer pada setiap transaksi yang dilakukan agar dapat meningkatkan laba secara grup korporasi. “*Transfer pricing* menurut (Darussalam & Septriadi, 2013) adalah strategi yang dilakukan oleh sebuah wajib pajak badan untuk membuat kesepakatan harga dengan pihak afiliasi. *Transfer pricing* memiliki sifat yang *pejorative* yang berarti sebagai pengalihan penghasilan kena pajak diantara perusahaan multinasional yang berada dalam satu grup tetapi masing masing perusahaan berada pada wilayah negara yang berbeda dan salah satu perusahaan nya berada di negara yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah (Darussalam & Septriadi, 2013).” Menurut Horngren (2015) harga transfer adalah harga yang digunakan untuk mengirim barang antar sub unit pada satu wilayah perusahaan.

“Peraturan Direktur Jenderal Pajak nomor PER-32/PJ/2011 menyatakan bahwa harga transfer (*transfer pricing*) adalah penentuan harga dalam transaksi antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa. Menentukan harga transfer dilakukan sebagai nilai atau harga pertukaran barang antara divisi penjualan dan pembelian yang mempunyai hubungan istimewa seperti dalam satu grup korporasi. *Transfer pricing* juga dapat dianggap sebagai *intracompany pricing*, *intercorporate pricing*, *interdivisional pricing*, ataupun *internal pricing* yang pada intinya adalah harga transfer akan digunakan untuk keperluan manajemen grup atas transaksi transfer barang antar anggota.”

Agresivitas Pajak

“Agresivitas pajak adalah suatu kegiatan yang mempunyai tujuan untuk mengurangi penghasilan kena pajak suatu perusahaan baik secara aktif maupun illegal untuk mengecilkan beban pajaknya sehingga laba perusahaan yang didapatkan menjadi optimal (Novitasari et al., 2017).

“ (Darussalam & Septriadi, 2013) tidak ada pernyataan ataupun definisi yang jelas antara tax avoidance, tax evasion, dan agresivitas pajak. (Frank et al., 2009) Tindakan pajak yang agresif adalah sebuah Tindakan yang memiliki tujuan untuk merekayasa laba kena pajak perusahaan melalui perencanaan pajak, baik menggunakan cara yang legal (*tax avoidance*) atau illegal (*tax evasion*).”

Perumusan Hipotesis

Hasil (Fadillah & Lingga, 2021) menunjukkan kalau tidak adanya pengaruh ditimbulkan dari *transfer pricing* pada praktik dari agresivitas pajak. (Pangaribuan et al., 2022) Dalam

penelitiannya menunjukkan bahwa *transfer pricing* secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap penghindaran pajak.

H0 : Transfer Pricing Tidak Berpengaruh Terhadap Agresivitas Pajak

H1 : Transfer Pricing Berpengaruh Terhadap Agresivitas Pajak

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian jenis kuantitatif, dimana kuantitatif berarti adalah metode penelitian yang menggunakan data sekunder. Penelitian dilakukan berjenis kuantitatif yang bersifat kausal. Artinya ini berdasar dari fenomena hingga bisa mengelompokkan suatu hubungan yang sifatnya sebab dan akibat hingga dapat berperan dalam mengukur hubungan antara variabel kepada variabel yang lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini mengumpulkan sampel dengan mengambil dari data sekunder laporan keuangan tahunan perusahaan makanan & minuman di BEI pada 2020 – 2021.

Populasi dan Sampel

Populasi dipakai adalah entitas makanan & minuman terdaftar di BEI, dengan jangka 4 tahun dari tahun 2020 – 2021. Teknik untuk penarikan sampel digunakan purposive sampling yang juga memenuhi suatu kriteria khusus:

1. Entitas Makanan & Minuman listing di BEI tahun 2020 – 2021
2. Entitas memakai mata uang rupiah
3. Entitas menerbitkan laporan keuangan secara lengkap dari tahun 2020 – 2021

Hasil penarikan sampel yang memenuhi kriteria khusus berjumlah 49 Populasi Perusahaan, Sampel Penelitian 48 dan total data penelitian 48 dikali 2 Tahun sehingga data penelitian berjumlah 96 untuk periode tahun 2020 – 2021.

Definisi Operasional Variabel

Transfer Pricing

Transfer Pricing adalah Tindakan dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengefisienkan beban pajak terutangnya dengan cara melakukan *transfer pricing intercompany*

Transfer pricing memiliki sifat yang *pejorative* yang berarti sebagai pengalihan penghasilan kena pajak diantara perusahaan multinasional yang berada dalam satu grup tetapi masing masing perusahaan berada pada wilayah negara yang berbeda dan salah satu perusahaan nya berada di negara yang memiliki tarif pajak yang lebih rendah (Darussalam & Septriadi, 2013)."

Dengan rumus sebagai berikut:

$$ROTC = \text{Laba Bersih Usaha} / (\text{HPP} + \text{Biaya Operasi}) \times 100\%$$

Agresivitas Pajak

"Agresivitas pajak adalah suatu kegiatan yang mempunyai tujuan untuk mengurangi penghasilan kena pajak suatu perusahaan baik secara aktif maupun illegal untuk mengecilkan beban pajaknya sehingga laba perusahaan yang didapatkan menjadi optimal (Novitasari et al., 2017). Indikator dalam pengukuran agresifitas pajak adalah sebagai berikut:

$$ETR = \text{Beban Pajak Penghasilan} / \text{Pendapatan Sebelum Pajak}$$

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan Metode Analisis Deskriptif, Uji Asumsi Klasik, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Uji Signifikansi, dan Analisis Regresi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Analisis Deskriptif

Uji ini bertujuan memberikan suatu gambaran tentang variable yang dipakai, seperti nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata dan standar deviasi setiap variabel yang diuji.

Tabel 1. Analisis Deskriptif

	ROTC	ETR
Mean	0,113	0,278
Std.		
Deviation	0,154	0,365
Minimum	1,260	0,000
Maximum	0,88	2,940

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 1 di atas menunjukkan bahwa nilai minimum transfer pricing adalah sebesar 0,000001256 yang terjadi di tahun 2020 pada perusahaan yang bergerak di bidang perikanan dan cold storage. Nilai maksimum dari transfer pricing diperoleh sebesar 0,88046 terjadi di tahun 2021 pada perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan penjualan sapi sampai dengan produk turunan sapi lainnya. Perusahaan sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020-2021 menunjukkan rata-rata transfer pricing sebesar 0,11349. Besarnya sebaran temuan transfer pricing yang ditemukan menunjukkan angka 0,15427 di atas dan di bawah rata-rata. Sebaran data yang lebih besar dari nilai rata-rata menunjukkan bahwa perusahaan makanan dan minuman yang diteliti memiliki variasi yang luas dalam melakukan transfer pricing. Temuan juga menunjukkan bahwa terdapat 32 dari 96 perusahaan yang melakukan praktik transfer pricing di atas rata-rata. Dengan kata lain, sebagian besar perusahaan yang diteliti tidak melakukan praktik transfer pricing.

Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa angka minimum dari agresivitas pajak adalah sebesar 0,000172 terjadi di tahun 2021 pada perusahaan yang bergerak di bidang minuman ber UHT. Angka maksimum adalah sebesar 2,9408 yang terjadi di tahun 2020 pada perusahaan yang bergerak di bidang pakan ternak dan peternakan ayam. Nilai rata-rata agresifitas pajak pada perusahaan makanan dan minuman sepanjang penelitian adalah sebesar 0,2772. Jauhnya sebaran data dari rata-rata adalah sebesar 0,3658 yang mengartikan terjadinya variasi data yang lebih besar dari nilai rata-rata. Terdapat 21 data laporan keuangan yang didapat memiliki nilai agresifitas pajak lebih tinggi dari nilai rata-rata, sedangkan sisanya berada di bawah rata-rata.

Uji Asumsi Klasik

Tujuan dilakukannya pengujian terhadap uji asumsi klasik ini ialah memberi suatu kepastian dari persamaan regresi yang didapat mempunyai ketepatan dalam estimasi, tidak bias juga konsisten, variabel dependen pada penelitian ini yaitu Agresivitas Pajak.

Tabel 2. Asumsi Klasik

	Unstandardized	
	Residual	
N	96	
Mean	.0000000	
Normal Parameters ^{a,b}	Std.	.35983952
	Deviation	
Most Extreme	Absolute	.293
Differences	Positive	.293
	Negative	-.195
Kolmogorov-Smirnov Z		2.874
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054

Berdasarkan Tabel 2 hasil $0,054 >$ dari $0,5$ berarti data tersebut terdistribusi normal yang bahwa data memiliki kelayakan untuk dilanjutkan proses pengujian selanjutnya

Uji Koefisien Korelasi

Uji ini bertujuan untuk mengukur besarnya hubungan yang ada pada variabel Independen terhadap variabel dependen didalam penelitian.

Tabel 3. Koefisien Korelasi

Regression statistic		
Multiple		
R	0,1795	Koefisien Korelasi

Berdasarkan Tabel 3 hasil pengolahan statistik menggunakan aplikasi SPSS menghasilkan hubungan sebesar $0,1795$. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa transfer pricing memiliki hubungan yang sangat lemah dengan agresifitas pajak.

Uji Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari suatu variabel. makin tinggi nilai dari R2 menandakan kalau makin baik model prediksi pada model penelitian.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.180 ^a	.032	.022	.36174849

Berdasarkan Tabel 4 Nilai koefisien determinasi didapati sebesar 0,03222 atau 3,2% mengartikan bahwa transfer pricing hanya memiliki kontribusi sebesar 3,2% atas perubahan agresivitas pajak. Dapat disebutkan transfer pricing tidak memiliki pengaruh yang besar pada praktek agresivitas pajak. Perubahan agresivitas pajak lebih banyak dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Uji Signifikansi

Uji ini bertujuan untuk mencari apa variabel independen yang secara simultan bisa mempengaruhi variabel dependen pada penelitian ini. Uji F biasanya dilakukan untuk melihat suatu pengaruh dari seluruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel yang terikat.

Tabel 5. Signifikansi

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.410	1	.410	3.130	.080 ^b
Residual	12.301	94	.131		
Total	12.711	95			

Sumber: *data diolah*

Berdasarkan Tabel 5 Hasil uji signifikansi menunjukkan angka sebesar $0,080097 > 0,05$ yang artinya terjadi penolakan hipotesis. Yang artinya adalah tidak adanya pengaruh yang signifikan dari transfer pricing terhadap agresivitas pajak. Hasil ini mendukung penelitian (Nurfadilah et al., 2021). Ilham (Napitupulu et al., 2020). Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian (Chrisandy & Simbolon, 2022).

Uji Analisis Regresi

Uji ini bertujuan untuk meramalkan suatu pengaruh dari variabel prediksi terhadap variabel kriteria dengan kata lain untuk melihat apakah variabel bebas (X) dengan sebuah variabel terikat (Y) memiliki hubungan atau tidak.

Tabel 6. Analisis Regresi

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value
Intercept	0,32551	0,04591	7,0889	2,473
ROTC	-0,42563	0,24057	-1,7692	0,080

Berdasarkan Tabel 6 Koefisien regresi menunjukkan angka negatif 0,42564, angka ini memberikan makna transfer pricing memiliki hubungan yang bertolak belakang, dimana kenaikan nilai transfer pricing mengakibatkan penurunan agresivitas pajak.

Pengaruh Transfer Pricing Terhadap Agresivitas Pajak

Pada umumnya perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman tidak melakukan praktek transfer pricing. Terdapat angka transfer pricing yang tinggi yang hanya terjadi pada 2 perusahaan dengan nilai sebesar 0,88. Namun, dapat disebutkan bahwa praktek transfer pricing masih dalam batas normal, karena rata-rata terjadi peningkatan hanya sebesar 11%.

Tidak terjadinya transfer pricing di sektor makanan dan minuman disebabkan karena kecilnya risiko yang diterima sektor ini, dimana produk yang dihasilkan memiliki masa usang yang cukup lama. Perusahaan yang mempraktekan transfer pricing cenderung pada perusahaan yang memiliki risiko usia produk yang pendek. Perusahaan makanan dan minuman juga terlihat tidak melakukan agresivitas pajak, dimana hanya sebanyak 15 perusahaan yang membayar pajak kurang dari 15%. Dengan kata lain, sebagian besar perusahaan membayar pajak sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia. Kecilnya pembayaran pajak bukan berarti menunjukkan bahwa perusahaan melakukan agresivitas pajak. Munculnya beban pajak yang besar saat didapati nilai angresivitas pajak yang rendah, di sisi lain didapati adanya pembayaran pajak final di saat nilai agresivitas pajak tinggi.

Oleh sebab itu, penelitian ini mendapati bahwa transfer pricing tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak karena sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2020 - 2021 pada umumnya tidak melakukan praktek transfer pricing dan agresivitas pajak.

KESIMPULAN

Berdasar dari hasil diatas, penulis membuat kesimpulan sebagai berikut;

- 1) Secara Umum atau Keseluruhan Perusahaan di Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2020 - 2021 tidak melakukan *Transfer pricing* hanya 2 perusahaan yang melakukan *transfer pricing* tetapi masih di dalam batas yang normal.
- 2) Perusahaan Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2020 – 2021 terlihat tidak melakukan agresivitas pajak. Sebagian besar perusahaan membayarkan pajaknya sesuai dengan aturan perpajakannya yang berlaku. Hanya 15 perusahaan yang membayar pajaknya kurang dari 15%
- 3) *Transfer pricing* tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak pada Perusahaan Sektor Makanan & Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2020 – 2021 karena secara keseluruhan perusahaan tersebut tidak melakukan *Transfer pricing* dan agresivitas pajak.

SARAN

Berdasarkan Kesimpulan diatas makan terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, sebagai berikut ini:

- 1) Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan bisa menambah Tahun pengamatan penelitian nya lebih lama lagi. Agar penelitiannya lebih akurat angka nya dan hasilnya bisa mewakili dari sektor penelitian yang dilakukan.
- 2) Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan bisa menambahkan variabel – variabel lainnya yang berhubungan dengan *Transfer pricing* dan agresivitas pajak seperti likuiditas, profitabilitas, dan *capital intensity*.
- 3) Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan bisa mengamati atau melakukan penelitian di sektor lainnya yang memiliki kemungkinan melakukan *transfer pricing* ataupun agresivitas pajak.

DAFTAR PUSTAKA

Bunyamin, P., & Wisanggeni, I. (2019). *Current Issue Perpajakan*.

Chrisandy, M. H., & Simbolon, R. (2022). *Pengaruh Transfer Pricing, Beban Pajak Tangguhan Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Sektor Kimia*. 4(5).

Darussalam, & Septriadi, D. (2013). *Transfer Pricing : Ide, Strategi dan Panduan Praktis dalam Perspektif Pajak Internasional*.

Fadillah, A. N., & Lingga, I. S. (2021). *Pengaruh Transfer Pricing, Koneksi Politik dan Likuiditas Terhadap Agresivitas Pajak (Survey Terhadap Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2016-2019)*. 13(2).

Frank, M., Lynch, L., & Rego, S. (2009). Tax Reporting Aggressiveness and its Relations to Aggressive Financial Reporting. *The Accounting Review*, 2, 467–496. <https://meridian.allenpress.com/accounting-review/article-abstract/84/2/467/53299/Tax-Reporting-Aggressiveness-and-Its-Relation-to>

Gemilang, D. N. (2017). Pengaruh Likuiditas, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Capital Intensity Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Property dan Real Estate Yang Terdaftar di BEI Pada Tahun 2013-2015).

Hansen, & Mowen. (2005). *Managerial Accounting Edisi ke-8* (M. T. H. Education (Ed.)).

Napitupulu, I. H., Situngkir, A., & Arfani, C. (2020). Pengaruh Transfer Pricing dan Profitabilitas Terhadap Tax Avoidance. *Kajian Akuntansi*, 21(2).

Novitasari, Ratnawati, & Silfi. (2017). Pengaruh Manajemen Laba, Corporate Governance, Dan Intensitas Modal Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Property dan Real Estate yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2010-2014). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Fakultas Ekonomi Universitas Riau*, 4(1), 1901– 1914. <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFEKON/article/view/13314/12878>

Nurfadilah, Mulyati, H., Purnamasari, M., & Niar, H. (2021). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Kualitas Audit Terhadap Penghindaran Pajak. *Seminar Nasional Dan The 3rd Call for Syariah Paper*.

Pangaribuan, H., HB, J. F., Agoes, S., Sihombing, J., & Sunarsi, D. (2022). *A Study of Transfer Pricing, Leverage, Profitability, Sales Growth on Effective Tax Rate*.

Salinan Peraturan Direktur Jendral Pajak. (2016).

Suyanto, Dwi, K., & Supramono. (2012). Likuiditas, leverage, komisris independen, dan manajemen laba terhadap agresivitas pajak perusahaan. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, Suyanto, Krisnata Dwi dan Supramono.

Tampubolon, & Farizi. (2019). *Transfer Pricing dan Cara Membuat TP Doc*.

Tiwa, Saerang, & Tirayoh. (2017). Pengaruh Pajak dan Kepemilikan Asing Terhadap Penerapan Transfer Pricing. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2666–2675.