

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan dunia, perekonomian yang semakin pesat tanpa adanya batas negara membuat suatu transaksi perdagangan berbagai unit antar negara yang semakin mudah serta cepat, terdapat pada semakin banyaknya perusahaan yang mulai memperluas pangsa pasarnya melalui mendirikan sebuah unit cabang atau subsidiari perusahaan induk yang terdiri dari berbagai unit bisnis baik dalam negeri maupun di luar negeri.

Dengan ini, secara tidak langsung yang dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan pangsa pasarnya merupakan asal mulanya terbentuknya sebuah perusahaan yang multinasional yaitu perusahaan internasional yang keberadaan perusahaan pusatnya terletak di suatu negara dengan kepemilikan perusahaan cabang maupun unit bisnis yang tersebar di berbagai negara. Selain itu, terbentuknya berbagai organisasi dan perjanjian antar negara seperti *ASEAN Free Trade Area*, *World Trade Organization*, dan *ASEAN Economic Community* mempermudah serta memperlancar jalanya suatu transaksi perdagangan internasional. Hal ini membuat perusahaan multinasional semakin gencar dalam melaksanakan perdagangan internasional ke berbagai negara serta meningkatkan relasi perusahaan.

Adanya perdagangan transaksi internasional antar negara maka perusahaan secara tidak langsung dapat menghadapi suatu permasalahan dimana terjadi perbedaan dalam penentuan tarif pajak yang berlaku pada setiap negara. Oleh sebab itu, hal tersebutlah yang memicu suatu perusahaan multinasional dalam bertindak untuk memutuskan melakukan *transfer pricing* atas suatu harga transfer terutama melalui hubungan istimewa yang di miliki setiap perusahaan. Hal ini di dukung oleh penelitian dari Hartati *et al.*, (2014), yang menyatakan bahwa penentuan harga *transfer pricing* suatu perusahaan dapat berdampak terhadap terjadinya masalah pada nilai pajak yang terutang oleh wajib pajak yang mempunyai asifiliasi. Pada dasarnya harga *transfer pricing* dapat diartikan sebagai kebijakan perusahaan dalam menetapkan harga transfer terkait dalam transaksi tertentu seperti barang, jasa, dan serta barang yang dapat di perjual belikan lainnya.

Bagi perusahaan multinasional, *transfer pricing* merupakan suatu strategi yang cukup efektif agar bisa memenangkan persaingan dalam pasar global terutama dalam memperebutkan sumber daya yang terbatas (Santoso, 2004). Setiawan, (2013), menyatakan bahwa *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan merupakan pengalihan penghasilan perusahaan di suatu negara yang memiliki tarif pajak relatif tinggi ke perusahaan yang berada di negara dengan tarif pajak lebih rendah. Tujuan utama perusahaan-perusahaan multinasional ingin memperoleh laba yang maksimal dengan meminimalkan dan menekan jumlah pajak yang di bayarkan oleh wajib pajak. Padahal sebelumnya praktek *transfer pricing* hanya digunakan oleh perusahaan untuk menilai kinerja, namun lambat laun praktek tersebut disalah

gunakan oleh perusahaan guna memaksimalkan perolehan laba sehingga istilah *transfer pricing* seringkali dikonotasikan sebagai suatu hal yang tidak baik karena *transfer pricing* menimbulkan banyaknya permasalahan mulai dari masalah terkait bea cukai, ketentuan anti dumping hingga persaingan bisnis yang tidak sehat.

Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* dianggap berpotensi mengurangi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung berusaha untuk menggeser kewajiban pajaknya di negara yang memiliki tingkat tarif pajak yang lebih rendah (Setiawan, 2013). Pada sudut pandang perusahaan, suatu praktik *transfer pricing* dapat menguntungkan bagi perusahaan, oleh karena itu suatu perusahaan berupaya untuk meminimalkan pendapatan terutama dalam hal pembayaran pajak oleh perusahaan.

Bagi otoritas pajak ada dua hal yang harus diperhatikan salah satunya adalah ketika melakukan suatu koreksi terhadap pajak yang bertujuan untuk memperoleh suatu bukti yang kuat terhadap *transfer pricing*, yaitu adanya suatu hubungan istimewa dan kewajiban didalam prinsip *arm's length* (Harimurti, 2007). Prinsip kewajiban merupakan prinsip yang mengatur bahwa harga atau laba dalam transaksi yang dilakukan antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa itu harus memiliki kemiripan dengan rentang harga atau laba didalam transaksi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang tidak mempunyai hubungan istimewa sebagai pembanding. *Transfer pricing* dimuat dalam pasal 18 ayat (4) UU Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan (UU PPh). Disajikan bahwa hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi karena adanya penguasaan modal

saham suatu badan oleh badan lainya sebanyak 25 persen atau lebih, antara beberapa badan sebanyak 25 persen atau lebih sahamnya dimiliki suatu badan. Yuniasih *et al.*, (2012), menyatakan bahwa didalam suatu hubungan istimewa dapat mengakibatkan suatu ketidak wajaran dalam berbagai hal transaksi yang dilakukan atau direalisasi oleh suatu perusahaan. Hubungan istimewa dalam *transfer pricing* mengakibatkan terjadinya pengalihan penghasilan atau biaya dari satu wajib pajak ke wajib pajak lain dimana pengalihan tersebut dapat direkayasa guna menentukan keseluruhan jumlah pajak terutang wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa.



Sumber: www.cita.or.id

Gambar 1.1

GRAFIK PENERIMAAN PAJAK PADA TAHUN 2010 SAMPAI SEMESTER 1 TAHUN 2019

Berdasarkan gambar 1.1 data tersebut menjelaskan dari tahun 2010 sampai dengan semester 1 tahun 2019 menunjukkan target penerimaan pajak dan realisasi

penerimaan pajak dari tahun ke tahun tidak pernah memenuhi target sehingga hal tersebut menyebabkan kurangnya penerimaan pada kas negara. Hal ini berdampak pada kurangnya APBN yang di dapatkan negara karena sebagian besar APBN diperoleh dari pajak negara.

Pada tahun 2015 target penerimaan pajak sebesar Rp.1294,2 triliun serta realisasi dari penerimaan pajak yang diperoleh sebesar Rp. 1060 penerimaan pajak terhadap target yang ditetapkan senilai 81,90 persen. Hal ini merupakan pertama kalinya penerimaan pajak mencapai Rp.1000 triliun. Pada tahun 2016 adanya peningkatan target penerimaan pajak sebesar Rp.1355 triliun serta realisasi dari penerimaan pajak sebesar Rp.1105,81 triliun dan pencapaian penerimaan pajak terhadap target yang ditetapkan senilai 81,60 persen penerimaan ini mengalami penurunan dari tahun lalu yaitu 0.30 persen dari target penerimaan yang ditetapkan. Pada tahun 2017 adanya penurunan target penerimaan pajak senilai Rp.1283,6 triliun serta realisasi dari penerimaan pajak sebesar Rp.1151,1 triliun dan pencapaian penerimaan pajak terhadap target yang ditetapkan senilai 89.68 persen. Pada tahun 2018 adanya peningkatan pada target penerimaan pajak senilai Rp.1424 triliun serta realisasi dari penerimaan pajak sebesar Rp.1315,9 triliun dan pencapaian penerimaan pajak terhadap target yang ditetapkan senilai Rp.92,41 triliun.

Dari tahun ke tahun pencapaian target yang diharapkan selalu berkurang dan tidak pernah memenuhi target hal tersebut yang membuat anggaran APBN tidak pernah terpenuhi secara sempurna karena terjadinya ketidak pastian dari penerimaan pajak yang dihasilkan setiap tahunnya. Penerimaan pajak merupakan

penghasilan terbesar dari anggar APBN, terutama pada manufaktur dan pertambangan menjadi sektor yang paling besar mengalami penurunan atas penerimaan pajak ke kas negara. Dikarenakan penerimaan pajak sektor manufaktur hingga akhir Desember 2019 mencapai Rp365,39 triliun. Jumlah realisasi tersebut tumbuh negatif sebesar 1,8 persen dan jauh dari capaian tahun lalu yang mampu tumbuh 10,9 persen. Sektor manufaktur ini merupakan sebagai penyumbang utama penerimaan pajak dengan kontribusi sebesar 29,4 persen. (www.news.ddtc.co.id)

Hal ini harus diperhatikan karena berdampak kepada anggaran APBN yang dimiliki oleh negara semakin tahun semakin berkurang, karena kurangnya kesadaran masyarakat dalam pentingnya membayar pajak serta peran pemerintah dalam mengatasi kecurangan terkait penghindaran pajak terutama *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan. Dikarenakan kasus *transfer pricing* pada 2018 meningkat cukup signifikan dibandingkan dengan 2017, hal ini didukung dengan Mutual Agreement Procedure (MAP) Statistics, *Organization for Economic Cooperation and Development* (OECD) mencatat jumlah sengketa *transfer pricing* mengalami kenaikan 20 persen. Jumlah ini lebih tinggi dibandingkan dengan sengketa lainnya yang hanya pada kisaran 10 persen serta lebih dari 80 persen MAP yang menyimpulkan pada 2018 menyelesaikan masalah untuk kasus *transfer pricing* dan 75 persen untuk kasus lainnya. (www.ekonomi.bisnis.com)

Salah satu contoh praktek *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan yang terkena kasus *transfer pricing* di Indonesia yaitu PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia (TMMIN). PT Toyota Motor Manufacturing Indonesia

(TMMIN) merupakan suatu perusahaan yang bergerak di dalam bidang manufaktur perakitan produk Toyota dan eksportir kendaraan dan suku cadang Toyota. Direktorat Jenderal Pajak sudah lama mencurigai Toyota Motor Manufacturing memanfaatkan transaksi antar perusahaan terafiliasi di dalam dan luar negeri sebagai upaya untuk penghindaran pembayaran pajak. Dirjen Pajak melakukan pemeriksaan surat pemberitahuan pajak tahunan (SPT) Toyota Motor Manufacturing pada 2005, 2007 dan 2008 untuk dilakukan pemeriksaan.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari website (www.kompasiana.com), Pemeriksaan dilakukan karena Toyota mengklaim kelebihan dalam pembayaran pajak pada tahun-tahun tersebut, dan meminta negara untuk mengembalikannya (restitusi). Berdasarkan pemeriksaan SPT Toyota pada tahun-tahun tersebut, petugas menemukan sejumlah kejanggalan. Pada tahun 2004 laba bruto Toyota mengalami penurunan yang signifikan lebih dari 30 persen, dari Rp 1,5 triliun pada tahun 2003 menjadi Rp 950 miliar. Selain itu, rasio *gross margin* atau laba kotor dengan tingkat penjualan juga mengalami penyusutan. Dari sebelumnya 14,59 persen pada tahun 2003 menjadi 6,58 persen dalam setahun. Padahal penghasilan produksi dan penjualan pada tahun tersebut justru meningkat sebesar 40 persen. Pemeriksa pajak menemukan jawaban setelah memeriksa struktur harga penjualan dan biaya Toyota dengan lebih mendalam. Di sinilah *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan Toyota terungkap.

Perusahaan Toyota diduga meningkatkan harga transaksi dengan pihak terafiliasi dan menambah beban biaya melalui pembayaran royalti secara tidak wajar. Berdasarkan dokumen Toyota bahwa seribu mobil buatan Toyota Motor Manufacturing Indonesia harus melalui perusahaan Toyota Asia Pacific di Singapura, sebelum berdistribusi ke Filipina dan Thailand. Dengan kata lain, Toyota di Indonesia hanya bertindak sebagai Toyota Motor Asia Pacific Pte., Ltd yang berkantor di Singapura. Justinus Prastowo, Direktur Eksekutif Center for Indonesia Taxation Analysis menyatakan, terdapat persyaratan yang harus terpenuhi agar suatu *transfer pricing* atau transaksi antar pihak terafiliasi tidak diakui sebagai modus penghindaran pajak (*Tax Avoidance*) yaitu, nilai transaksi mereka harus memenuhi standar kewajaran. Sampai saat ini kasus tersebut belum juga terselesaikan, walaupun sidangnya telah berakhir pada tahun 2013. (www.kompasiana.com)

Fenomena yang terjadi terhadap kasus *transfer pricing* terjadi pada tahun 2016 dimana direktorat jenderal pajak kementerian keuangan menyatakan sebanyak dua ribu perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar pajak penghasilan (PPh) badan pasal 25 dan pasal 29 dengan alasan merugi. Direktur jenderal pajak, Ken Dwijugiasteady mengungkapkan perusahaan-perusahaan tersebut merupakan perusahaan penanaman modal asing (PMA) yang di tangani kantor wilayah pajak khusus. Menurut Ken Dwijugiasteady, perusahaan multinasional tersebut mengemplang pajak PPh Badan 25 dan 29. Sementara pajak lainnya seperti PPh Final dan PPh 21 telah memenuhi kewajibanya. Sebanyak dua

ribu PMA tersebut tidak membayar pajak selama sepuluh tahun. Praktik penghindaran pajak ini dilakukan dengan modus *transfer pricing* atau mengalihkan keuntungan kena pajak dari Indonesia ke negara lain.

Direktur penyuluhan, pelayanan dan hubungan masyarakat DJP kementerian keuangan, Mekar Satria Utama menyatakan perusahaan multinasional tersebut mengemplant pajak karena alasan merugi serta tiga penyebab utama yaitu: pertama, perusahaan tersebut merupakan perusahaan afiliasi yang induk perusahaan berada di luar negeri sehingga sangat rawan terjadinya proses *transfer pricing*. Kedua, perusahaan multinasional itu merugi karena banyak perusahaan memperoleh fasilitas insentif pajak, seperti *tax holiday* dan *tax allowance* pada pengajuan izin ke Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) pada waktu pengajuan, perusahaan kerap meninggikan biaya pembelian barang modalnya. Ketiga, perusahaan-perusahaan tersebut sering berganti nama, dengan tujuan untuk mendapatkan fasilitas insentif pajak dan akhirnya perusahaan tersebut menjadi merugi. (<https://www.liputan6.com>)

Ada beberapa alasan yang memungkinkan suatu perusahaan melakukan harga transfer pricing pada perusahaan. Alasan yang pertama adalah adanya pengaruh pajak terhadap perusahaan yang cukup berpengaruh terhadap suatu perusahaan, serta berdasarkan *teori political cost*, dimana pemerintahan telah mewajibkan atau menuntut perusahaan multinasional dalam melakukan pembayaran kewajiban pajak terhadap pemerintah. Hasil tersebut tentu membuat perusahaan merasa menerima sebuah tekanan sosial dan juga pemerintah, yang

mana perusahaan harus secara rutin membayarkan kewajiban mereka kepada negara. Sehingga manajer dalam perusahaan cenderung untuk memilih melakukan transfer pricing kepada perusahaan yang ada dinegara lain dengan tujuan agar kewajiban pajak yang dibayarkan seminimal mungkin. Dalam penelitian Yuniasih *et al.*, (2012), menyatakan bahwa semakin besar beban pajak maka berbanding lurus dengan tingkat upaya yang dilakukan perusahaan dalam melakukan suatu transfer pricing. Penelitian selanjutnya Rachmat (2019), menyatakan bahwa pajak berpengaruh terhadap keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. Pernyataan tersebut di dukung oleh Faizi (2018), Cahyadi *et al.*, (2018), dan Cristea (2016), menyatakan hal yang sama yaitu pajak berpengaruh terhadap untuk melakukan *transfer pricing*. Namun dari hasil pengujian yang dilakukan oleh Saifudin *et al.*, (2018), Rosa *et al.*, (2017), Melmusi (2016) dan Mispiyanti (2015), menunjukkan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *transfer pricing* karena perusahaan dapat menggunakan cara lain selain *transfer pricing* untuk meminimalkan beban pajak yang dibayarkan.

Alasan yang kedua dalam memungkinkan suatu perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* yaitu mekanisme bonus dalam perusahaan. Mekanisme bonus merupakan salah satu penghargaan yang diberikan kepada direksi perusahaan didalam rapat umum pemegang saham (RUPS) dikarenakan pada tahun berjalan kinerja perusahaan yang dinilai baik (Purwanti, 2010). Pada teori agensi, pemilik perusahaan serta direksi perusahaan mempunyai kepentingan masing-masing dalam perusahaan. Pemilik perusahaan menginnginkan kinerja yang baik dari

dereksinya yang berupa yaitu keuntungan, sedangkan pada direksi perusahaan menginginkan keuntungan berupa bonus atas kinerja yang telah diberikanya kepada perusahaan dan juga perubahan besarnya laba yang dapat membuat para direksi akan menghalalkan segala cara dengan melakukan kecurangan seperti memanipulasi laporan keuangan dengan memanfaatkan transaksi *transfer pricing* antara pihak terkait untuk meningkatkan penjualan dimana penjualan tersebut secara tidak langsung dapat meningkatkan laba perusahaan dan bonus yang mereka terima. Menurut penelitian Rachmat (2019), mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*. Hal ini didukung oleh Saifudin *et al.*, (2018) dan Melmusi (2016), menyatakan hal yang sama yaitu mekanisme bonus berpengaruh positif terhadap keputusan penetapan harga *transfer* perusahaan. Namun menurut penelitian Faizi (2018), Rosa *et al.*, (2017), dan Cristea, (2016), menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak mempengaruhi *transfer pricing* di perusahaan. Hal tersebut sesuai bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing* (Mispiyanti, 2015).

Alasan yang ketiga merupakan memungkinkan suatu perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu *debt covenant*. *Debt covenant* yaitu suatu kontrak yang ditunjukkan kepada peminjam oleh kreditur untuk membataasi aktivitas yang mungkin dapat merusak nilai pinjaman dan *recovery* pinjaman (Rosa *et al.*, 2017). *Debt covenant hypothesis* memprediksi bahwa manajer ingin meningkatkan laba dan juga aset untuk mengurangi renegotiasi kontrak atas utang ketika perusahaan melakukan perjanjian terkait hutangnya. Keinginan manajer dalam meningkatkan

laba dan aset dikarenakan kreditor lebih menyukai perusahaan yang memiliki tingkat kemampuan dalam membayar hutang-hutangnya terkait laba dan aset yang dimiliki perusahaan (Pambudi, 2017). Salah satunya, yang digunakan pihak manajer dalam meningkatkan laba dan menghindari peraturan kredit adalah dengan melakukan *transfer pricing*. Menurut penelitian Rosa *et al.*, (2017), menyatakan *debt covenant* berpengaruh positif terhadap *transfer pricing*. Namun menurut penelitian yang dilakukan Cristea (2016), menyatakan *debt covenant* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *transfer pricing*.

Alasan yang keempat merupakan memungkinkan suatu perusahaan melakukan *transfer pricing* yaitu *tunneling*. *Tunneling* merupakan kepemilikan terkonsentrasi pada hak kontrol dan hak arus kas di pihak tertentu sebagai pemegang saham pengendali (Mispiyanti, 2015). Sehingga kenaikan hak arus kas pada seorang pemegang saham pengendali dapat menyebabkan kenaikan insentif keuangan perusahaan. Hal ini didukung oleh (Ming *et al.*, 2003), menyatakan bahwa ketika perusahaan mempunyai kelebihan sumber daya keuangan, pemegang saham pengendali akan memindahkan sumber daya untuk kepentingan mereka dibandingkan membagikannya sebagai deviden. Salah satu caranya, yang biasa digunakan oleh pemegang saham pengendali untuk melakukan ekspropriasi adalah melalui transaksi pihak berelasi. Cara yang dapat dilakukan dalam praktik ekspropriasi misalnya *transfer pricing* dengan langkah pemegang saham pengendali berusaha untuk memperkaya dirinya sendiri dengan tidak membayarkan

deviden kepada pemegang saham minoritas, mentransfer keuntungan ke perusahaan lain yang juga berada dibawah kendalinya (Claessens *et al.*, 2005) dan juga melakukan transaksi penjualan dan pembelian dengan pihak berelasi. Menurut penelitian Faizi (2018), menyatakan *insentife tunneling* mempengaruhi harga transfer perusahaan. Hal ini didukung oleh Noviasatika *et al.*, (2016) dan Mispiyanti (2015), menyatakan hal yang sama yaitu *tunneling incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan. Namun menurut penelitian yang dilakukan oleh Saifudin *et al.*, (2018) dan Rosa *et al.*, (2017), menyatakan *tunneling incentive* tidak berpengaruh terhadap transaksi *transfer pricing*.

Alasan yang kelima diperkirakan dapat mempengaruhi suatu perusahaan dalam melakukan tindakan *transfer pricing* yaitu kualitas audit. Kualitas audit merupakan salah satu unsur dari *good corporate governance* atau tata kelola perusahaan. Tata kelola perusahaan adalah perusahaan berupaya dalam menjalankan suatu perusahaan dengan baik, dan juga patuh atas peraturan yang berlaku. Pada suatu perusahaan yang memiliki tata kelola yang baik pasti berupaya dan mempertimbangkan berbagai aspek perusahaan terutama kegiatan yang menyimpang dari suatu aturan perusahaan. Kualitas audit merupakan tingkat kinerja yang dikerjakan oleh seorang auditor terkait mengaudit laporan keuangan klien dan menemukan pelanggaran atau kesalahan yang terjadi serta melaporkannya dalam laporan keuangan auditan (Damayanti *et al.*, 2016). Dalam melakukan pengauditan hal yang terpenting adalah transparansi yang harus ada atau dimiliki dalam melakukan pengauditan, hal ini merupakan salah satu unsur dari *good*

corporate governance. Didalam penelitian Rosa *et al.*, (2017), menyatakan bahwa kualitas audit berpengaruh terhadap transaksi *transfer pricing*. Namun menurut penelitian yang dilakukan Noviasatika *et al.*, (2016), menyatakan bahwa kualitas audit tidak signifikan terhadap *transfer pricing*.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu yang hasilnya masih bervariasi dalam menguji faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *transfer pricing*. Selain itu, dapat diketahui terdapat perbedaan dalam penyimpulan hasil penelitian serta banyak permasalahan yang diakibatkan dari fenomena penelitian yang sudah dilakukan oleh peneliti-peneliti terdahulu, maka penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti-bukti terkait pengaruh pajak, mekanisme bonus, *debt covenant*, *tunneling incentive* dan kualitas audit terhadap *transfer pricing*. Sehingga hal ini dapat melatar belakangi penulis dalam menentukan penelitian yang berjudul: **“PENGARUH PAJAK, MEKANISME BONUS, DEBT COVENANT, TUNNELING INCENTIVE DAN KUALITAS AUDIT TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR TAHUN 2015-2019”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di jelaskan sebelumnya, maka dapat di jabarkan perumusan masalah, sebagai berikut:

- 1 Apakah Pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
- 2 Apakah Mekanisme Bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*?
- 3 Apakah *Debt Covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

4 Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

5 Apakah Kualitas Audit berpengaruh terhadap *transfer pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah menjelaskan di rumusan masalah sebelumnya dapat dijabarkan tujuan penelitian kali ini, yaitu:

1. Mengetahui dan menganalisis apakah pajak berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
2. Mengetahui dan menganalisis apakah mekanisme bonus berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
3. Mengetahui dan menganalisis apakah *debt covenant* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
4. Mengetahui dan menganalisis apakah *tunneling incentive* berpengaruh terhadap *transfer pricing*.
5. Mengetahui dan menganalisis apakah kualitas audit berpengaruh terhadap *transfer pricing*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi serta pengetahuan untuk akademik serta pembaca lainnya terhadap *transfer pricing*.

2. Bagi perusahaan

Memberikan petunjuk atau gambaran kepada perusahaan, manajemen perusahaan maupun investor mengenai bagaimana pajak, mekanisme bonus, *debt covenant*, *tunneling incentive* dan kualitas audit dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan peneliti selanjutnya dapat menjadikan ini acuan dalam menulis serta dapat memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Penulisan skripsi ini dibuat secara sistematika menjadi 5 bab yang setiap bab nya terdapat sub bab yang digolongkan menjadi satu, sehingga dapat di jelaskan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan peneliti, manfaat peneliti serta sistematika penulisan proposal skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi uraian tentang penelitian terdahulu, landasan teori, kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi uraian tentang rancangan penelitian, batasan penelitian, indentifikasi variable, definisi operasional dan pengukuran variable, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan metode pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini menjelaskan mengenai gambaran subyek penelitian, memaparkan mengenai analisis data, dan pembahasan yang berisi tentang penjelasan hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan dari penelitian, serta saran untuk peneliti selanjutnya.