

**PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, KUALITAS AUDIT DAN
MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING*
(Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia
Periode 2015-2017)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan mencapai gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi**



**Oleh :
LINDA AISYAH YUNIAR DWIJA**

13150160M

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SETIA BUDI
SURAKARTA
2019**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, KUALITAS AUDIT DAN MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING* (Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diajukan ke sidang ujian skripsi pada :

Hari : Senin
Tanggal : 12 Agustus 2019

Pembimbing I



Dr. Widi Hariyanti, SE., M.Si.
NIS: 01200504012113

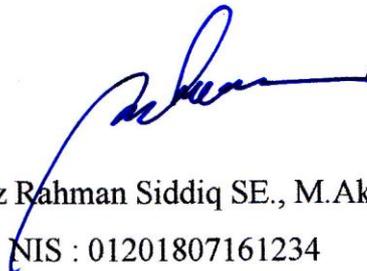
Pembimbing II



Titiek Puji Astuti, SE.,M.Si.,Akt.,CA
NIS : 01201112162152

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Akuntansi



Faiz Rahman Siddiq SE., M.Ak.
NIS : 01201807161234

LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN

PENGARUH PAJAK, *TUNNELING INCENTIVE*, KUALITAS AUDIT DAN MEKANISME BONUS TERHADAP KEPUTUSAN *TRANSFER PRICING* (Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 22 Agustus 2019

Penguji I



Yunus Harjito, SE., M.Si
NIS : 01201509161199

Penguji II



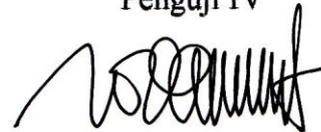
Sugiarti, SE., M.Sc
NIS : 01200807162127

Penguji III



Titiek Puji Astuti, SE., M.Si.,Akt.,CA
NIS : 01201112162152

Penguji IV



Dr. Widi Hariyanti, SE., M.Si.
NIS: 01200504012113

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Widi Hariyanti, SE., M.Si.
NIS: 01200504012113

Ketua Program Studi Akuntansi

Faiz Rahman Siddiq SE., M.Ak.
NIS : 01201807161234

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip dan dirujuk berdasarkan kode etik ilmiah. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil jiplakan dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Surakarta, 12 Agustus 2019



Linda Aisyah Yuniar Dwija
NIM : 13150160M

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- Tidak ada hasil yang mengkhianati proses
- Man Jadda Wajada
- Kecerdasan bukan penentu kesuksesan, tapi kerja keraslah yang merupakan penentu kesuksesanmu yang sebenarnya
- Do not dream about your success. You have to fight for it
- Harapan yang tidak disandarkan pada Allah, seperti balon yang dilepaskan diudara. Terbanglah entah kemana, jatuhnya entah dimana. (Habib Muhammad Husein Al Habsyi)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada
Bapak, ibu, dan adikku untuk segala kasih sayang dan dukungannya

Mas Arie yang telah memberikan support dan semangat

Serta seluruh sahabat-sahabat terbaik

I Love You All ☺

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Kualitas Audit dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* (Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017)” yang merupakan salah satu tugas dan syarat mencapai Gelar Sarjana dan menempuh kelulusan Kuliah Skripsi Program Strata Satu Akuntansi Universitas Setia Budi.

Didalam penyusunan dan pengerjaan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang sangat membantu. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis sampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Yth. Dr. Ir. Djoni Tarigan, MBA. selaku Rektor Universitas Setia Budi Surakarta.
3. Yayasan Pendidikan Setia Budi, terimakasih atas bantuan beasiswa subsidi yang telah saya terima selama saya menempuh pendidikan S1 Akuntansi
4. Yth. Ibu Dr. Widi Hariyanti, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
5. Faiz Rahman Siddiq, SE.,M.Ak., Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.

6. Dr. Widi Hariyanti, SE., M.Si. dan Titiek Puji Astuti, SE.,M.Si.,Akt.,CA, selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberi arahan, masukan, bimbingan serta waktunya kepada penulis.
7. Bapak Ibu Dosen dan Seluruh Staff Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi, yang telah memberikan bekal ilmu yang tak ternilai harganya kepada penulis selama belajar di Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Setia Budi Surakarta.
8. Orang tua dan keluarga tercinta yang selalu memberi dukungan baik moral maupun materiil dalam pelaksanaan tanggung jawab saya menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman S1 Akuntansi Angkatan 2015, maupun teman seperjuangan Ibu Ayam, Ibu Ikan, Bayi Mabuk, Gadis Genit, Mbok Edy, Kreator Meme dan Jablay yang saling memberi dukungan dan menyemangati penyusunan skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas dengan anugrah yang berlipat ganda.

Harapan Penulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca.

Surakarta, 1 Agustus 2019



Linda Aisyah Y.D

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
INTISARI.....	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH	9
1.3 TUJUAN PENELITIAN	10
1.4 MANFAAT PENELITIAN	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	12
2.1 LANDASAN TEORI	12
2.1.1 Teori keagenan (<i>Agency Theory</i>).....	12
2.1.2 <i>Transfer Pricing</i>	15
2.1.3 Pajak	17
2.1.4 <i>Tunneling Incentive</i>	18
2.1.5 Kualitas Audit.....	19
2.1.6 Mekanisme Bonus	20
2.2 PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	22
2.2.1 Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	22
2.2.2 Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	23
2.2.3 Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	25
2.2.4 Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	27
2.3 Model Penelitian.....	29

BAB III	METODE PENELITIAN	30
1.1	RUANG LINGKUP PENELITIAN	30
1.2	POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN	30
1.3	METODE PENGUMPULAN DATA	31
1.4	VARIABEL DAN PENGUKURANNYA	32
1.4.1	Variabel dependen	32
1.4.2	Variabel Independen.....	32
1.5	TEKNIK ANALISIS DATA	35
1.5.1	Statistik Deskriptif	36
1.5.2	Uji Kelayakan Model Regresi.....	36
1.5.3	Menilai Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>)	37
1.5.4	Koefisien Determinasi (<i>Mc Fadden R-Squared</i>).....	38
1.5.5	Analisis Regresi	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1	DESKRIPSI UMUM DATA PENELITIAN.....	40
4.1.1	Statistik Deskriptif	41
4.1.2	Uji Kelayakan Model Regresi.....	43
4.1.3	Menilai Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>)	44
4.1.4	Koefisien Determinasi (<i>Mc Fadden R-Squared</i>).....	45
4.2	PENGUJIAN HIPOTESIS	46
4.2.1	Analisis Regresi Logistik.....	46
4.2.2	Uji Hipotesis (Uji Z Statistik).....	48
4.3	PEMBAHASAN.....	50
4.3.1	Pengaruh Pajak Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	50
4.3.2	Pengaruh <i>Tunneling Incentive</i> Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	52
4.3.3	Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	53
4.3.4	Pengaruh Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan <i>Transfer Pricing</i>	54
BAB V	PENUTUP	57
5.1	KESIMPULAN	57
5.2	KETERBATASAN PENELITIAN	58
5.3	SARAN.....	59

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Kriteria Pemilihan Sampel	40
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif	41
Tabel 4.3 Hasil Uji Kelayakan Model Regresi	43
Tabel 4.4 Hasil Menilai Keseluruhan Model (<i>Overall Model Fit</i>)	45
Tabel 4.5 Hasil Koefisien Determinasi (<i>Mc Fadden R-Squared</i>).....	46
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Logistik.....	47
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis (Uji z Statistik)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	29
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Sampel Penelitian Perusahaan Manufaktur Periode
2015-2017

Lampiran 2. Hasil Output Aplikasi Eviews 9

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh pajak (ETR), *tunneling incentive* (TUN), kualitas audit (KAP), dan mekanisme bonus (ITRENDLB) terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel penelitian menggunakan metode *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi logistik. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 68 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2017, sehingga keseluruhan sampel adalah 201 yang siap diolah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pajak dan tunneling incentive berpengaruh negatif terhadap keputusan *transfer pricing*, sedangkan variabel kualitas audit berpengaruh positif dan mekanisme bonus tidak mempengaruhi keputusan *transfer pricing*.

Kata kunci: *transfer pricing*, pajak, *tunneling incentive*, kualitas audit, mekanisme bonus

ABSTRACT

This study aims to empirically examine the effect of tax (ETR), tunneling incentives (TUN), audit quality (KAP), and bonus mechanisms (ITRENDLB) on transfer pricing to manufacturing companies. This type of research is quantitative research. The method of taking sample research using purposive sampling method. The data analysis method used in this study is logistic regression analysis. The sample used in this study is 68 manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2017, so that the overall sample is 201 which is ready to be processed.

The results of the study show that the tax variable and tunneling incentive negative influence the transfer pricing decision, while the audit quality has a positive influence and bonus mechanism do not affect the transfer pricing decision.

Keywords: transfer pricing, tax, tunneling incentive, audit quality, bonus mechanism

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi ini perkembangan teknologi dan pertumbuhan ekonomi semakin pesat, ditandai dengan bertumbuhnya aktivitas bisnis berskala global mendorong banyak perusahaan yang berupaya untuk melebarkan sayap usahanya tidak hanya di satu negara saja. Banyak perusahaan yang melakukan pengembangan usahanya lewat anak perusahaan maupun cabang perusahaan ke negara-negara lain. Hal ini dapat memberikan kebebasan bagi perusahaan dari penjuru dunia untuk memperluas atau mengembangkan aktivitas bisnisnya di berbagai negara yang dinilai memiliki potensi keuntungan yang lebih menjanjikan untuk aktivitas penjualan, pembelian bahan baku, pemberian jasa dan lain sebagainya yang terjadi antar divisi perusahaan dalam satu grup kepemilikan (Santoso, 2004). Dari sinilah perekonomian dan aktivitas bisnis akan mengalami perubahan yang pesat.

Adanya perubahan ini menuntut para pelaku bisnis untuk melakukan suatu proses adaptasi atau penyesuaian mengikuti gerak langkah perubahan lingkungan bisnis tersebut. Semakin pesatnya pertumbuhan ekonomi internasional akan mendorong berkembangnya perusahaan multinasional. Salah satu alasan yang mendasari berkembangnya perusahaan multinasional adalah karena adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku di tiap-tiap negara (Kurniawan, 2015). Suatu hal utama yang dihadapi dalam investasi asing

adalah *transfer pricing*. Praktik *transfer pricing* ini awalnya dilakukan oleh perusahaan yang semata-mata hanya untuk menilai kinerja antar anggota atau divisi perusahaan, akan tetapi dengan adanya perkembangan zaman, praktik *transfer pricing* sering digunakan untuk manajemen pajak yaitu usaha untuk meminimalkan jumlah pajak yang harus dibayar (Harimurti, 2007).

Apabila semakin besar pajak yang ditanggung oleh perusahaan, maka perusahaan akan semakin terpicu untuk menerapkan *transfer pricing* dalam rangka menekan jumlah beban pajak tersebut (Yuniasih, Rasmini dan Wirakusuma 2012). Praktek ini dikenal dengan penghindaran pajak dengan memperbesar harga beli dan memperkecil harga jual antar perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba kepada perusahaan yang beroperasi di negara yang menerapkan tarif pajak lebih rendah (Sekhar, 2016). *Transfer pricing* telah lama menjadi isu klasik di bidang perpajakan. Dari sisi Pemerintah, *transfer pricing* dapat mengurangi bahkan menghilangkan potensi penerimaan pajak negara, karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban pajaknya dari negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara yang mempunyai tarif pajak rendah (*low tax countries*). (Wafiroh dan Hapsari, 2015).

Praktik *transfer pricing* telah dilakukan oleh Google, pemerintah Indonesia sedang mengejar Google yang melakukan transaksi bisnis Google yang terjadi di Indonesia karena tidak berkontribusi pada pendapatan Negara. Transaksi bisnis periklanan digital (yang merupakan ladang usaha Google) pada tahun 2015 saja mencapai kisaran 850 juta dollar AS atau sekitar Rp 11,6

triliun. Salah satu cara untuk meloloskan pendapatannya dari transaksi iklan di Indonesia supaya tidak dikenai pajak, Google diketahui menransfer dana ke Negara lain di kawasan Asia Tenggara yakni Singapura. (kompas, 20 September 2016).

Direktorat Jendral Pajak (Ditjen Pajak) belum sepenuhnya mempercayai laporan keuangan yang diberikan PT Google Indonesia. Berdasarkan laporan keuangan periode 2012-2015 yang dilaporkan Google ke Ditjen Pajak, Google hanya memperoleh laba sebelum pajak Rp 74,5 miliar, dengan total keseluruhan pajak yang dibayarkan Rp 18,5 miliar. Pasca pertemuan antara Google dan Ditjen Pajak Kementerian Keuangan pada 19 Januari 2017 menyebutkan, Google telah membayar pajak 2015 senilai Rp 5,2 miliar dari total pendapatan sebesar Rp 20,9 miliar atau US\$ 1,6 juta. Sesuai data yang dirilis perusahaan riset AS e-marketing, total pendapatan dari bisnis iklan digital di Indonesia pada tahun 2015 adalah sebesar US\$ 830 juta. Dari sinilah pemerintah memperkirakan Google dan Facebook memegang pangsa pasar sekitar 75%. Maka Ditjen Pajak menaksir kewajiban pajak yang harus dibayar Google mencapai Rp 450 miliar per tahun dengan asumsi keuntungan yang diperoleh sekitar Rp 1,6 triliun hingga Rp 1,7 triliun per tahun. Keuntungan itu diperoleh atas penghasilan sekitar Rp 5 triliun per tahun. (Kontan, 20 Februari 2017)

Kasus *transfer pricing* juga terjadi di Canada yang diberitakan pada tahun 2016 yaitu perusahaan *Cameco (Canadian Mining and Energy Corporation)* yang merupakan perusahaan uranium terbesar didunia yang

menghasilkan hampir seperlima dari uranium di dunia. Pimpinan dari perusahaan *Cameco* menghadiri sidang banding di pengadilan pajak atas sengketa *transfer pricing* senilai C\$2,2 miliar atau Rp 21,7 triliun yang melibatkan anak perusahaannya di Swiss. *Cameco* dilaporkan mendirikan anak perusahaannya di Swiss sejak tahun 1999 dengan perjanjian jangka panjang untuk menjual uranium dengan harga sekitar \$10 sampai harga tertingginya sebesar \$130 per pon dan harga saat ini \$30 per pon. Direktur komunikasi *cameco gord struthers* mengatakan pendirian anak perusahaan di swiss dengan tujuan untuk membeli uranium pada tingkat yang lebih murah dan *cameco* melangsungkan sidang banding di Toronto dengan lembaga penerimaan Negara Canada (*Canada Revenue Agency/CRA*) untuk sengketa *transfer pricing* yang diduga sebagai wadah perusahaan dalam menghindari pembayaran pajaknya. (DDTC News, 05 Oktober 2016)

Hal tersebut dilakukan untuk mengalihkan keuntungan ke negara yang tarif pajaknya rendah dengan tujuan meminimalkan pajak seperti contoh kasus-kasus diatas. Secara umum otoritas fiskal harus memperhatikan dua hal yang mendasar agar koreksi pajak terhadap dugaan *transfer pricing* mendapatkan justifikasi yang kuat, yaitu: afiliasi (*associated enterprise*) atau hubungan istimewa (*special relationship*), dan kewajaran atau *arm's length principle* (Bakti; 2002). Hampir dalam setiap undang-undang perpajakan dapat ditemui aturan-aturan yang mengatur tentang hubungan istimewa. Aturan tersebut menjadi dasar hukum bagi otoritas pajak untuk melakukan koreksi atas

transaksi yang terjadi antar pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa, dan dianggap sebagai aturan yang dapat memecahkan masalah *transfer pricing*.

Berdasarkan undang-undang no. 36 tahun 2008 pasal 18 ayat (4) yaitu: hubungan istimewa antara wajib pajak badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan lainnya sebanyak 25% (dua puluh lima persen) atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% (dua puluh lima persen) atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan. Hubungan istimewa dapat mengakibatkan ketidakwajaran harga, biaya, dan atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi perusahaan. Transaksi antar wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut dikenal dengan istilah *transfer pricing*.

Pedoman penentuan harga transfer (*transfer pricing*) di Indonesia diatur dalam Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-43/PJ/2010 sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-32/PJ/2011. Pada Pasal 2 Peraturan Dirjen Pajak, dinyatakan bahwa terdapat dua pihak yang harus tunduk kepada ketentuan tersebut. Pertama pedoman *transfer pricing* ini berlaku untuk penentuan harga transfer atas transaksi yang dilakukan Wajib Pajak Dalam Negeri atau Bentuk Usaha Tetap di Indonesia dengan Wajib Pajak Luar Negeri di luar Indonesia. Ini sebenarnya yang dimaksud dengan *Cross Border Transfer Pricing*. Hal inilah yang sebenarnya yang menjadi alasan utama mengapa perlu ada pedoman *transfer pricing*.

Perbedaan pedoman *transfer pricing* pada PER-43/PJ/2010 dengan PER-32/PJ/2011 adalah bahwa pada PER-43/PJ/2010 tidak membedakan

transaksi antara pihak-pihak yang memiliki hubungan istimewa, apakah *Cross Border Transfer Pricing* atau *Transfer Pricing* di dalam negeri. Dengan demikian, sifat dari perubahan yang dilakukan PER-32/PJ/2011 adalah mempersempit ruang lingkup kondisi yang harus tunduk pada pedoman *transfer pricing*.

Dengan ini ada beberapa alasan atau faktor perusahaan multinasional melakukan *transfer pricing*. Salah satunya adalah alasan pajak. Menurut Suryana dalam Yuniasih, dkk (2012), tujuan dilakukan *transfer pricing* adalah untuk memanipulasi jumlah laba perusahaan sehingga pajak yang dibayar lebih rendah dan dividen yang dibagikan juga rendah. Hal ini membuktikan bahwa motivasi pajak memiliki peran yang tinggi dalam mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Penelitian sebelumnya tentang pajak mempengaruhi keputusan manajemen untuk melakukan *transfer pricing* sudah pernah dilakukan. Menurut Wafiroh dan Hapsari (2015), Stephanie, Sistomo dan Simajuntak (2017), Saraswati dan Sujana (2017), dan Indrasti (2016) pajak berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan menurut Rosa, Andini dan Raharjo (2017) dan Marfuah dan Azizah (2014) pajak berpengaruh negatif dalam keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Faktor lain yang memungkinkan perusahaan dalam mengambil keputusan melakukan *transfer pricing* adalah *tunneling*. *Tunneling* adalah transfer aset dan keuntungan keluar dari perusahaan untuk kepentingan

pemegang saham pengendali atau mayoritas (Johnson, 2000). Contoh *tunneling* adalah menjual aset atau sekuritas dari perusahaan yang mereka kontrol ke perusahaan lain yang mereka miliki dengan harga di bawah harga pasar, cara seperti ini bisa disebut juga sebagai *transfer pricing*. Menurut Marfuah dan Azizah (2014), Yuniasih, dkk (2012), Saraswati dan Sujana (2017), serta Wafiroh dan Hapsari (2015) bahwa *tunneling incentive* berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*. Sedangkan menurut Rosa, dkk (2017), dan Lo, Wong dan Firth (2010) *tunneling incentive* berpengaruh negatif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Hal lain yang dapat mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* adalah kualitas audit. Pemakai laporan keuangan atau pihak eksternal sering kali mengaitkan kualitas audit dengan reputasi auditor. Perusahaan yang memiliki reputasi auditor yang baik akan mempertimbangkan segala kegiatannya, terutama untuk kegiatan yang menyimpang dari aturan. Hal ini dapat memungkinkan bahwa perusahaan yang tidak memiliki kualitas audit yang baik, dapat melakukan manipulasi laba untuk kepentingan perusahaan. Salah satu cara yang digunakan untuk menurunkan laba adalah dengan melakukan praktik *transfer pricing* (Indrasti, 2016). Menurut Rosa, dkk (2017) kualitas audit berpengaruh positif terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan menurut Noviasatika, Mayowan dan Karjo (2016) kualitas audit tidak berpengaruh dalam keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Hal lainnya yang mempengaruhi keputusan *transfer pricing* adalah mekanisme bonus (*bonus plan*) pada perusahaan. Sesuai dengan *bonus plan hypothesis* manajer perusahaan dengan bonus tertentu cenderung lebih menyukai untuk menggunakan metode akuntansi yang menaikkan laba periode berjalan. Pilihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai bonus yang akan diterima. Menurut Saifudin dan Putri (2018) dan Tjahningrum, dkk (2018) mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*. Sedangkan menurut Mispianiti (2015), Purwanto dan Tumewa (2018), Fauziah dan Saebani (2018), serta Saraswati dan Sujana (2017) mekanisme bonus tidak berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing*.

Penelitian ini memilih perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur merupakan sektor yang banyak dipilih dan diminati oleh investor asing serta mempunyai kaitan intern yang erat dengan perusahaan induk maupun anak perusahaan di luar negeri (Suprianto dan Pratiwi, 2018). Berdasarkan fenomena bahwa perusahaan melakukan *transfer pricing* yang cenderung merugikan penerimaan negara, selain itu hasil dari penelitian terdahulu yang tidak konsisten. Maka penelitian ini mengembangkan penelitian sebelumnya mengenai *transfer pricing* dengan judul **“Pengaruh Pajak, Tunneling Incentive, Kualitas Audit dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer Pricing Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017”**.

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan yang akan di bahas dari latar belakang diatas adalah :

“Bagaimana Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, Kualitas Audit dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017 ?”

Untuk membantu menjawab rumusan masalah tersebut disajikan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah pajak memiliki pengaruh terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017?
2. Apakah *tunneling incentive* memiliki pengaruh terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017?
3. Apakah kualitas audit memiliki pengaruh terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017?
4. Apakah mekanisme bonus memiliki pengaruh terhadap keputusan transfer pricing pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan perumusan masalah, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis mengenai:

- a. Pengaruh antara pajak terhadap keputusan perencanaan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017.
- b. Pengaruh antara *tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017.
- c. Pengaruh antara kualitas audit terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017.
- d. Pengaruh antara mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

- a. Mahasiswa Progdi Akuntansi, penelitian ini bermanfaat sebagai bahan penelitian selanjutnya dan menambah ilmu pengetahuan bagi perkembangan studi akuntansi dan pajak dengan memberikan gambaran faktor-faktor yang

mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan multinasional.

- b. Masyarakat, sebagai sarana informasi dan menambah pengetahuan akuntansi, khususnya mengenai pajak, *tunneling incentive*, kualitas audit, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan multinasional di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

- a. Direktorat Jendral Pajak (DJP), penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang berhubungan dengan pentingnya pengawasan serta efektifitas peraturan yang telah dikeluarkan mengenai pajak, *tunneling incentive*, kualitas audit, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan multinasional di Indonesia sehingga dapat meminimalisir kecurangan maupun penyelewengan terhadap kebijakan *transfer pricing* di Indonesia.
- b. Manajemen, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai pajak, *tunneling incentive*, kualitas audit, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* perusahaan multinasional di Indonesia. Sehingga dapat membantu suatu pengambilan keputusan dan menambah kesadaran akan pentingnya etika bisnis.