

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Pasar modal di Indonesia telah ada sejak tahun 1912, perkembangan dan pertumbuhan pasar modal tidak berjalan seperti yang diharapkan, bahkan pada beberapa periode kegiatan pasar modal mengalami kevakuman. Hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti perang dunia ke I dan II, perpindahan kekuasaan dari pemerintah kolonial kepada pemerintah Republik Indonesia, dan berbagai kondisi yang menyebabkan operasi bursa efek tidak dapat berjalan sebagaimana mestinya. Pemerintah Republik Indonesia mengaktifkan kembali pasar modal pada tahun 1977, dan beberapa tahun kemudian pasar modal mengalami pertumbuhan seiring dengan berbagai insentif dan regulasi yang dikeluarkan pemerintah (IDX, 2017).

Bursa Efek Indonesia (BEI) adalah tempat yang mengelola transaksi jual beli modal di Indonesia. Pasar modal yang diselenggarakan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) meliputi transaksi saham dan transaksi surat hutang (obligasi swasta dan obligasi pemerintah). Bursa Efek Indonesia (BEI) memiliki sebelas jenis indeks harga saham, salah satu diantaranya adalah indeks sektoral. Indeks sektoral terbagi menjadi tiga, yaitu sektor utama (industri penghasil bahan baku), sektor kedua (industri manufaktur), dan sektor ketiga (industri jasa) (Sahamok, 2017).

Perusahaan industri pengolahan yang mengolah bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi merupakan salah satu dari indeks sektorial yang sudah dijelaskan pada paragraf di atas, yaitu sektor kedua dengan jenis industri manufaktur. Perusahaan manufaktur identik dengan pabrik yang mengaplikasikan mesin-mesin, peralatan, teknik rekayasa dan tenaga kerja. Istilah ini bisa digunakan untuk aktivitas manusia mulai dari kerajinan tangan sampai ke produksi dengan teknologi tinggi. Namun demikian, istilah ini lebih sering digunakan untuk dunia industri, di mana bahan baku diubah menjadi barang jadi

dalam skala besar (Sahamok, 2017).

Industri barang konsumsi merupakan salah satu sektor dari Perusahaan Manufaktur di Indonesia. Dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) indeks sektor industri barang konsumsi mencakup Sub sektor makanan dan minuman, Sub sektor rokok, Sub sektor farmasi, Sub sektor kosmetik dan barang keperluan rumah tangga dan Sub sektor peralatan rumah tangga. Seluruh sub sektor yang ada pada sektor industri barang konsumsi merupakan produsen dari produk-produk kebutuhan mendasar konsumen, seperti makanan, minuman, obat, dan hal lainnya. Produk-produk yang dihasilkan tersebut bersifat konsumtif dan disukai konsumen sehingga para produsen dalam sektor industri barang konsumsi ini memiliki tingkat penjualan yang tinggi yang berdampak pula pada pertumbuhan sektor industri nya. Pertumbuhan sektor industri ini pun akan diperlihatkan dengan meningkatnya nilai investasi pada sektor tersebut.

Pada dasarnya sektor industri barang konsumsi dapat dianggap merupakan sektor industri yang paling aman dan menjanjikan. Dengan produk-produk yang selalu dipenuhi permintaan dan dikuasai oleh permintaan domestik yang cukup tinggi. Saham-saham pada sektor industri barang konsumsi tetap dapat menjadi pilihan karena sektor industri barang konsumsi masih memiliki prospek yang lebih baik dibandingkan dengan sektor lain. Secara fundamental, saham-saham sektor industri barang konsumsi juga mendapat dukungan positif. Salah satunya dari inovasi produk-produk baru yang dikeluarkan oleh emiten pada sektor industri barang konsumsi sehingga dapat meningkatkan kinerja fundamentalnya.

Berdasarkan berita yang dilansir oleh CNN Indonesia pada bulan Januari tahun 2017 Bursa Efek Indonesia (BEI) mencatat, pada sektor perusahaan manufaktur terdapat 1 (satu) sektor yang mengalami pelemahan indeks saham yaitu sektor aneka industri sebesar 1,4% dan 2 (dua) sektor industri yang mengalami peningkatan indeks saham yaitu sektor industri dasar dan kimia sebesar 0,99% dan sektor industri barang konsumsi sebesar 3,02% dari level 2.324,281 di pekan sebelumnya, ke level 2.394,536. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa indeks sektor industri barang konsumsi berhasil menjadi indeks sektor saham terkuat pada awal pekan di bulan Januari diantara indeks

sektor saham pada sektor perusahaan manufaktur lainnya. Menurut analis senior binaartha securities Reza Priyambada, menguatnya sektor barang dan konsumsi dipengaruhi oleh aksi beli yang dilakukan oleh pelaku pasar. Seperti, saham-saham emiten PT Unilever Indonesia Tbk (UNVR) dan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk (ICBP). Diketahui, kedua saham emiten ini termasuk dalam saham berkapitalisasi besar.

Adanya pandangan bahwa investor akan berinvestasi pada perusahaan yang memiliki kinerja perusahaan yang baik membuat peneliti menyimpulkan berdasarkan fenomena pada paragraf diatas bahwa dengan banyaknya investor yang berinvestasi menandakan banyaknya juga perusahaan yang memiliki kinerja yang baik, kesimpulan tersebut dapat berhubungan dengan tingkat keputusan *transfer pricing* yang dilakukan oleh perusahaan, dimana saat perusahaan memiliki kinerja yang baik maka perusahaan tersebut pasti memiliki tingkat laba yang tinggi dan tingkat laba yang tinggi menandakan bahwa beban pajak yang harus dibayarkan perusahaan pun semakin tinggi, hal ini dapat memicu perusahaan akan melakukan keputusan *transfer pricing* untuk perencanaan tahun kedepannya. Dari penjabaran fenomena tersebut peneliti memustuskan untuk mengambil sampel perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Selain itu, peneliti juga mempertimbangkan objek penelitian dari penelitian sebelumnya yang menggunakan beberapa sektor dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan dibedakan oleh periode tahun penelitiannya.

Data yang disajikan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini laporan keuangan (*financial statements*) perusahaan sektor industri barang konsumsi tahun 2013, 2014, 2015 dan 2016.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Globalisasi membuat perkembangan perekonomian di dunia menjadi semakin pesat dan membuat batas-batas negara menjadi hampir tidak ada. Perusahaan multinasional juga akan menghadapi suatu permasalahan yaitu

perbedaan tarif pajak. Perbedaan tarif pajak ini membuat perusahaan multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *transfer pricing*. *Transfer pricing* menimbulkan beberapa masalah menyangkut bea cukai, pajak, ketentuan *anti dumping*, persaingan usaha yang tidak sehat, dan masalah internal manajemen.

Mengambil keputusan untuk *transfer pricing* bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun bisa juga menjadi suatu peluang penyalahgunaan untuk perusahaan yang mengejar laba yang tinggi. Bagi perusahaan yang memiliki anak perusahaan di negara yang tarif pajaknya tinggi maka akan menjadi suatu masalah karena akan membayar pajak lebih banyak, sehingga keuntungan yang didapat lebih sedikit. Ada juga perusahaan yang melihat ini sebagai suatu peluang dan membuat strategi atau perencanaan kedepan untuk mendapatkan keuntungan lebih dari penjualan dan juga dapat menghindari beban pajak yang tinggi. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara yang memberlakukan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus *tax heaven country*.

Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga dari transaksi antar anggota divisi dalam sebuah perusahaan multinasional, yang memberi kemudahan bagi perusahaan untuk menyesuaikan harga internal untuk barang, jasa dan harta tak berwujud yang diperjual belikan agar tidak tercipta harga yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Selain itu *transfer pricing* dimaksudkan untuk mengendalikan mekanisme arus sumber daya antar divisi perusahaan selain sebagai jalan keluar untuk penyesuaian keadaan lingkungan perekonomian internasional (Suandy, 2011:63).

Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan juga mempunyai aturan yang menangani masalah *transfer pricing*, yaitu Pasal 18. Aturan *transfer pricing* biasanya mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal, dan wewenang untuk melakukan koreksi dalam hal terjadi transaksi yang tidak *arm's length*. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2000 diatur di Pasal 2 ayat (2) yaitu: hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena kepemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh 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, atau imbalan lain yang direalisasikan dalam suatu transaksi usaha (Yuniasi, Rasmini dan Wirakusuma, 2012).

Berdasarkan berita yang dilansir oleh CNN Indonesia, mengenai kegiatan *transfer pricing* di Indonesia yang sungguh ironis hingga pemerintah mengutuk wajib pajak yang melakukan manipulasi harga transfer (*transfer pricing*) untuk menggelapkan pajak. Manipulasi *transfer pricing* bisa dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu group yang beroperasi di negara-negara yang memiliki perbedaan sistem pajak. Manipulasi tersebut melibatkan aktivitas penetapan harga yang tidak wajar, skema transaksi dan struktur usaha artifisial. Hal tersebut bisa mengecilkan profit setelah pajak (*after tax profit*) karena menggerus basis pajak dan mengalihkan laba ke perusahaan di negara lain. Ketua Dewan Pengurus Nasional IAI ini mengungkapkan, *transfer pricing* sebenarnya tidak dilarang selama tidak bertujuan untuk secara sengaja menggelapkan pajak. Sayangnya, *transfer pricing* memberi peluang bagi wajib pajak untuk memanipulasi besar kewajiban pajaknya. Berdasarkan keterangan Wakil Menteri Keuangan Mardiasmo saat ditemui dalam acara Tax Corner Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) di Gedung IAI menurut beliau potensi penerimaan pajak dari perusahaan multinasional sangat besar dan cukup signifikan tetapi kegiatan *Transfer Pricing* terkadang banyak disalahgunakan untuk mencoba mengecilkan atau men-*shifting profit* yang seharusnya menjadi bagian untuk membayar pajak.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang diteliti oleh Marfuah (2014) kategori untuk menentukan perusahaan tersebut melakukan keputusan *transfer pricing* atau tidak dilihat dari transaksi penjualannya dimana akan dilihat apakah transaksi penjualan dilakukan dengan pihak berelasi (hubungan istimewa) atau tidak. Berikut ini merupakan data hasil perbandingan persentase perusahaan yang melakukan keputusan *transfer pricing* berdasarkan transaksi penjualan yang dilakukan dengan pihak berelasi (hubungan istimewa) pada tahun 2016, menguatkan berita yang dilansir oleh CNN Indonesia diatas bahwa adanya tanggapan serius pemerintah mengenai maraknya perusahaan yang melakukan

keputusan *transfer pricing* dengan tujuan yang merugikan pemerintah.

Tabel 1.1.

Persentase Perbandingan Keputusan *Transfer Pricing* Perusahaan

Kategori	Tahun
	2016
Perusahaan yang terindikasi melakukan keputusan <i>transfer pricing</i>	13
Jumlah	52%
Perusahaan yang tidak terindikasi melakukan keputusan <i>transfer pricing</i>	12
Jumlah	48%

Sumber: Data sekunder yang telah diolah (2017)

Berdasarkan tabel 1.1. diatas dapat dilihat bahwa persentase perusahaan yang melakukan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sampel peneliti yaitu perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2016 sebanyak 25 perusahaan sebesar 52% perusahaan yang melakukan keputusan *transfer pricing* dan dapat dibandingkan dengan persentase perusahaan yang tidak melakukan keputusan *transfer pricing* hanya sebesar 48%. Persentase tersebut menjelaskan bahwa tingkat keputusan *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan cukup tinggi dan jauh lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan keputusan *transfer pricing*, perbandingan persentase ini cukup mendukung adanya tanggapan serius pemerintah mengenai perusahaan di Indonesia yang melakukan keputusan *transfer pricing* untuk strategi atau perencanaan perusahaan dengan tujuan penyalahgunaan pengurangan beban pajak.

Melihat pada praktiknya, *transfer pricing* menjadi salah satu upaya perencanaan pajak perusahaan dengan tujuan untuk meminimalkan beban pajak yang harus dibayar dengan merekayasa harga transfer antar perusahaan yang

memiliki hubungan istimewa. Pajak menurut UU Nomor 28 Tahun 2007 merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Semakin besar pajak yang ditanggung perusahaan, maka akan semakin terpicu perusahaan tersebut untuk menerapkan *transfer pricing* dalam rangka menekan jumlah beban pajak tersebut (Yuniasi, Rasmini dan Wirakusuma, 2012). Praktik 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 rendah (Sekhar, 2016).

Menurut TribunNews mulai Januari 2017 setiap perusahaan akan semakin sulit menghindari pajak dengan skema harga transfer atau *transfer pricing*. Sebab, pemerintah mulai memperketat transaksi antar perusahaan yang terafiliasi. Caranya, dengan mewajibkan setiap perusahaan yang memiliki omzet tertentu, untuk membuat dokumen harga transfer. Dokumen itu harus menyertakan nilai transaksi yang dilakukan dengan perusahaan terafiliasi, serta dokumen-dokumen lainnya. Adapun nilai transaksi yang wajib dicatatkan adalah sebesar Rp 20 miliar jika berupa barang berwujud. Sedangkan untuk barang yang tidak berwujud seperti penyediaan jasa dan pembayaran bunga minimal nilai transaksi yang wajib dicatat sebesar Rp 5 miliar. Hal tersebut diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) nomor 213/PMK.03/2016.

Menurut beleid ini, dokumen lain yang harus disiapkan adalah dokumen induk perusahaan, dokumen lokal hingga laporan kegiatan usaha di negara lain. Semua data ini memang belum diwajibkan untuk dilaporkan kepada otoritas pajak. Namun, baru wajib diserahkan jika Direktorat Jenderal Pajak (DJP) memerlukannya untuk tujuan pemeriksaan. Direktur P2 Humas DJP Hestu Yoga Saksama mengaku belum bisa memberikan penjelasan rinci mengenai hal tersebut. Yang jelas, kebijakan ini diperlukan untuk mempermudah kerja pemeriksa pajak. Sebab, sebagaimana yang tercantum dalam PMK ini, dokumen *transfer pricing* memang diperlukan untuk membandingkan harga antara transaksi

yang dilakukan antar perusahaan terafiliasi dan yang tidak. Direktur Eksekutif *Center for Indonesia Taxation Analysis* (CITA) Yustinus Prastowo mengatakan, kebijakan ini diperkirakan bisa memitigasi risiko *transfer pricing*. Selama ini memang banyak perusahaan yang menggunakan skema ini untuk penghindaran pajak atau *tax evasion*. Jika kita berkilas ke belakang, skema *transfer pricing* sempat dilakukan oleh perusahaan seperti Asian Agri Group. Perusahaan itu, bahkan divonis bersalah dan harus membayar denda atas kejahatannya.

Berita diatas didukung oleh penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa pajak berpengaruh positif secara signifikan terhadap *transfer pricing*, penelitian tersebut diteliti oleh Tirayoh dkk (2017) yang membenarkan bahwa penerapan *transfer pricing* menjadi sarana penghindaran pajak oleh perusahaan multinasional dan menempatkan tarif pajak efektif sebagai tolak ukurnya. Hasil penelitian Tirayoh (2017) juga menyimpulkan bahwa prinsip kewajaran (*arm's length price*) yang seharusnya menjadi pengontrol dalam aktivitas *transfer pricing* masih belum bisa dimanfaatkan secara maksimal. Kelemahan tersebut perlu menjadi perhatian bagi Dirjen Pajak yang dalam hal ini memiliki wewenang dalam menentukan harga transaksi antar pihak-pihak yang berelasi melalui kesepakatan harga transfer (*Advance Pricing Agreement/APA*).

Selain pajak ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* perusahaan yaitu *tunneling incentive* dan mekanisme bonus. Menurut Saraswati dan Sujana (2017) *tunneling incentive* adalah suatu tindakan mengalihkan aktiva dan laba perusahaan untuk kepentingan pemegang saham pengendali yang mengendalikan pemegang saham minoritas. Transaksi antar pihak berelasi digunakan untuk mengalihkan aset lancar lainnya keluar dari perusahaan melalui penentuan harga yang tidak wajar untuk kepentingan pemegang saham pengendali. Pemegang saham pengendali melakukan kegiatan *tunneling* bertujuan untuk mengalihkan asetnya sementara ke anggota atau anak perusahaan dengan *transfer pricing* agar dapat menekan beban-beban yang nantinya dapat mengurangi laba perusahaan. Apabila kegiatan *tunneling* semakin banyak dilakukan, maka kegiatan pengalihan dengan *transfer pricing* juga akan meningkat dan sebaliknya. Salah satu bentuk *tunneling* adalah peran pemegang

saham pengendali dalam memindahkan sumber daya perusahaan melalui transaksi hubungan istimewa. Transaksi tersebut mencakup kontrak penjualan seperti *transfer pricing*. Dengan diadakannya *tunneling* oleh pemegang saham pengendali, maka tidak dilakukan pembayaran dividen sehingga pemegang saham minoritas kurang diuntungkan.

Penelitian tentang *tunneling incentive* telah dilakukan oleh Yuniasih, Rasmini dan Wirakusuma (2012) yang menemukan *tunneling incentive* berpengaruh positif pada keputusan perusahaan manufaktur dalam melakukan *transfer pricing*.

Selain pajak dan *tunneling incentive* ada juga mekanisme bonus, berdasarkan penelitian Refgia (2017) mengemukakan bahwa mekanisme bonus adalah kompensasi tambahan atau penghargaan yang diberikan kepada pegawai atas keberhasilan pencapaian tujuan-tujuan yang di targetkan oleh perusahaan. Mengingat pemberian mekanisme bonus berdasarkan pada besarnya laba merupakan cara paling populer dalam memberikan penghargaan kepada direksi atau manajer, maka adalah logis bila direksi yang remunerasinya didasarkan pada tingkat laba akan memanipulasi laba tersebut untuk memaksimalkan penerimaan bonus dan remunerasinya. Hal ini didukung juga oleh Hartati (2014), mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memaksimalkan penerimaan kompensasi oleh direksi atau manajemen dengan cara meningkatkan laba perusahaan secara keseluruhan. Namun, sebagai akibat dari adanya praktik *transfer pricing*, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi kerugian pada salah satu divisi atau subunit. Jadi, dapat disimpulkan bahwa mekanisme bonus merupakan salah satu strategi atau motif perhitungan dalam akuntansi yang tujuannya adalah untuk memberikan penghargaan kepada direksi atau manajemen dengan melihat laba perusahaan secara keseluruhan. Merujuk kepada pendapat Hartati (2014), yang menyebutkan bahwa kompensasi bonus dilihat berdasarkan tim bervariasi di berbagai divisi dalam satu organisasi. Sebagai tim perusahaan maka harus bersedia untuk saling membantu. Jadi bonus direksi tidak didasarkan pada laba subunit namun berdasarkan pada kebaikan dan laba perusahaan secara keseluruhan.

Penelitian mengenai pengaruh mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* telah dilakukan oleh Hartati (2014) dan menghasilkan hasil penelitian bahwa mekanisme bonus berpengaruh secara signifikan terhadap *transfer pricing*.

Adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu dan fenomena *transfer pricing* yang terjadi di Indonesia, membuat peneliti tertarik untuk meneliti faktor-faktor yang dapat menyebabkan perusahaan melakukan keputusan *transfer pricing*. Faktor-faktor tersebut, yaitu pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus. Penelitian ini mengacu pada penelitian Saraswati dan Sujana (2017) hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian Saraswati dan Sujana (2017) yaitu objek penelitiannya, berdasarkan latar fenomena yang sudah dijabarkan peneliti pada gambaran objek penelitian, peneliti menggunakan objek penelitian pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2013-2016.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini diberi judul “**Pengaruh Pajak, Tunneling incentive dan Mekanisme Bonus Terhadap Keputusan Transfer pricing (Studi Kasus pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013 - 2016)**”.

1.3. Perumusan Masalah

Transfer pricing merupakan suatu kebijakan perusahaan dalam menentukan harga transfer suatu transaksi baik itu barang, jasa, harta tak berwujud, atau pun transaksi finansial yang dilakukan oleh perusahaan. Terdapat dua kelompok transaksi dalam *transfer pricing*, yaitu *intra-company* dan *inter-company transfer pricing*. *Intra-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antar divisi dalam satu perusahaan. Sedangkan *inter-company transfer pricing* merupakan *transfer pricing* antara dua perusahaan yang mempunyai hubungan istimewa. Transaksinya sendiri bisa dilakukan dalam satu negara (*domestic transfer pricing*), maupun dengan negara yang berbeda (*international transfer pricing*). (Setiawan, 2014)

Transfer pricing menimbulkan beberapa masalah menyangkut bea cukai, pajak, ketentuan *anti dumping*, persaingan usaha yang tidak sehat dan masalah

internal manajemen. Keputusan *transfer pricing* juga dapat menimbulkan adanya masalah kepentingan diantara pemegang saham mayoritas dan minoritas dengan melihat persentase kepemilikan sahamnya. Melakukan *transfer pricing* bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun bisa juga menjadi suatu peluang penyalahgunaan perusahaan yang mengejar laba yang tinggi tetapi dengan cara melakukan transaksi penjualan kepada perusahaan berafiliasi atau pihak berelasi (hubungan istimewa) diluar Indonesia yang memiliki tarif pajak yang rendah atau bahkan negara yang berstatus *tax heaven country*.

Adanya permasalahan yang disebabkan oleh keputusan *transfer pricing* tidak luput dari beberapa faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor yang mempengaruhi adanya keputusan *transfer pricing* pada perusahaan masih terus dikaji karena melihat hasil penelitian terdahulu yang masih menunjukkan hasil yang kontradiksi (*research gap*), dimana terjadi inkonsistensi atau ketidak konsistenan. Hal ini dikarenakan ruang lingkup dan bentuk penelitian yang berbeda-beda. Peneliti akan mengkaji kembali beberapa variabel yang dapat mempengaruhi keputusan *transfer pricing* dalam perusahaan, variabel yang akan diuji yakni pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini bermaksud menguji pengaruh pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing*. Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana pajak, *tunneling incentive* dan mekanisme bonus serta keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013- 2016?
- 2) Bagaimana pengaruh secara simultan pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016?
- 3) Bagaimana pengaruh secara parsial dari :

- a) Pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2016?
- b) *Tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2016?
- c) Mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2013-2016?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui pajak, *tunneling incentive*, mekanisme bonus dan keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013- 2016.
- 2) Untuk mengetahui apakah pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus berpengaruh secara simultan terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.
- 3) Untuk mengetahui apakah pajak, *tunneling incentive*, dan mekanisme bonus berpengaruh secara parsial terhadap keputusan *transfer pricing*, yaitu:
 - a) Pajak terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.
 - b) *Tunneling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.

- c) Mekanisme bonus terhadap keputusan *transfer pricing* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis

- 1) Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi para akademisi dibidang akuntansi manajemen, khususnya mengenai keputusan *transfer pricing* di Indonesia.
- 2) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya, khususnya mengenai keputusan *transfer pricing* dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

1.6.2. Aspek Praktis

- 1) Bagi investor atau calon investor, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan investasi pada perusahaan terkhususkan pada perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).
- 2) Bagi manajemen perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengambilan keputusan dalam melakukan *transfer pricing*.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Bursa Efek Indonesia (BEI) karena BEI memiliki catatan historis yang lengkap dan panjang mengenai laporan keuangan perusahaan yang sudah *go public*. Data penelitian diambil dari *website* resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id. Objek penelitian ini adalah perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.7.2. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan September 2017 hingga Januari 2018. Periode objek penelitian adalah empat tahun, yaitu tahun 2013 sampai dengan 2016.

1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam skripsi ini akan dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum dan ringkas yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Dalam bab ini peneliti mengemukakan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini mengemukakan dengan jelas dan ringkas hasil tinjauan kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian sebagai dasar penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan dan sumber data, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas deskripsi penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan pembahasan hasil dari analisis penelitian, serta pengujian dan analisis hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat mengenai kesimpulan hasil penelitian serta saran dari peneliti dilihat dari aspek teoritis dan aspek praktis.