

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Fenomena globalisasi secara tidak langsung telah mendorong merebaknya konglomerasi dan divisionalisasi atau departemenisasi perusahaan. Lahirnya *General Agreement on Trade and Tariff* (GATT) dan *World Trade Organisation* (WTO) telah membuka jembatan pergerakan barang, jasa dan modal antar negara. Perusahaan-perusahaan tidak lagi membatasi operasinya hanya di negara sendiri, akan tetapi merambah ke mancanegara dan menjadi perusahaan multinasional dan transnasional. Perusahaan-perusahaan ini beroperasi melalui anak usaha dan cabang-cabangnya di hampir semua negara berkembang dan pasar-pasar yang sedang tumbuh (Hartanti, et al 2014). Perusahaan Multinasional (*Multinational Corporation/ MNC*) adalah perusahaan yang beroperasi melewati lintas batas antar negara, yang terkait hubungan istimewa, baik karena penyertaan modal saham, pengendalian manajemen atau penggunaan teknologi; dapat berupa anak perusahaan, agen, dan sebagainya dengan berbagai motif. Tiga motif utama berdirinya MNC adalah; (1) memperluas usaha dalam rangka mencari bahan baku dan menjual produknya keluar negeri. (2) mencari pasar dan memperluas jangkauan pemasaran produk 2 yang dimiliki. (3) meminimumkan biaya (*cost minimazer*), seperti keringanan pajak, tenaga kerja yang murah, harga tanah murah, biaya pengolahan limbah dengan syarat ringan, dan lain sebagainya (www.academia.edu). Fenomena perusahaan multinasional dalam ekspansinya

cenderung mengoperasikan usahanya secara desentralisasi dan melaksanakan konsep *cost revenue profit* dan *corporate profit center concepts*, yang dapat mengukur dan menilai kinerja dan motivasi setiap divisi/unit yang bersangkutan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut antara lain digunakan sistem harga transfer atau transaksi *transfer pricing*. *Transfer pricing* multinasional berhubungan dengan transaksi antar divisi dalam satu unit hukum atau antar entitas dalam satu kesatuan ekonomi yang meliputi berbagai wilayah kedaulatan negara (www.academia.edu). Tujuan yang ingin dicapai dalam *transfer pricing* antara lain sebagai berikut: (1) Memaksimalkan penghasilan global, (2) Mengamankan posisi kompetitif anak/ cabang perusahaan dan penetrasi pasar, (3) Evaluasi kinerja anak/ cabang perusahaan mancanegara, (4) Menghindarkan pengendalian devisa, (5) Mengontrol kreditabel asosiasi, (6) Mengurangi resiko moneter, (7) Mengatur cash flow anak/ cabang yang memadai, (8) Membina hubungan baik dengan administrasi setempat, (9) Mengurangi beban pengenaan pajak dan bea masuk, (10) Mengurangi resiko pengambilalihan oleh pemerintah (www.academia.edu).

Transfer pricing merupakan harga barang, jasa atau harta tak berwujud yang dialihkan antara divisi dalam suatu perusahaan atau dalam perusahaan yang memiliki hubungan istimewa atau perusahaan multinasional (Gusnardi, 2009). Tujuan utama dari *transfer pricing* adalah untuk mengevaluasi dan mengukur kinerja finansial suatu perusahaan, akan tetapi sering juga *transfer pricing* digunakan oleh perusahaan multinasional untuk meminimalkan jumlah pajak yang dibayar melalui rekayasa harga yang ditransfer antar divisi (Gusnardi, 2009).

Kunci utama keberhasilan transfer pricing dari sisi pajak adalah transaksi karena adanya hubungan istimewa (Yenni, 2000).

Transfer pricing merupakan isu klasik di bidang perpajakan, khususnya menyangkut transaksi internasional yang dilakukan oleh korporasi multinasional. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*). Di pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*) (Widyastuti, 2011).

Para ahli juga mengakui bahwa *transfer pricing* ini bisa menjadi suatu masalah bagi perusahaan, namun ini juga bisa menjadi 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. Tidak sedikit juga perusahaan yang melihat ini sebagai suatu peluang dan membuat strategi untuk mendapatkan keuntungan lebih dari penjualan dan penghindaran pajak. Salah satu caranya adalah dengan membuat anak perusahaan di negara yang memberikan tarif pajak rendah ataupun negara yang berstatus *tax heaven country*.

Menurut Dirjen Pajak Indonesia tidak diragukan lagi bahwa *transfer pricing* sangat berpengaruh terhadap penerimaan pajak negara. Menurut perhitungan Dirjen Pajak, negara berpotensi kehilangan 1.300 Triliun Rupiah akibat dari praktek *transfer pricing*. Bahkan lebih dipertegas lagi menurut informasi internal Dirje Pajak bahwa kehilangan tersebut kebanyakan akibat adanya pembayaran Bunga dan royalti, sehingga Dirjen Pajak percaya bahwa dengan menyetop pembayaran tersebut negara sudah tidak perlu menambah hutang lagi (Haeruman,2010)

Dari sisi pemerintah *transfer pricing* diyakini dapat mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dengan cara memperkecil harga jual antara perusahaan dalam satu grup dan mentransfer laba yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara yang menerapkan transfer pajak yang rendah (*tax heaven countries*). Sedangkan dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk didalamnya meminimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*). (Haeruman, 2010)

Berbeda halnya dengan pengungkapan Direktur Jenderal Pajak Fuad Rahmany yang mengatakan permasalahan *transfer pricing* dalam perpajakan tidak selalu membuat Indonesia rugi. Dimana keuntungan diperoleh jika perusahaan di Indonesia merupakan anak usaha dari perusahaan luar negeri (Sukamto, 2014). Peraturan mengenai *transfer pricing* telah tercantum di dalam Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 tentang Pajak Penghasilan, yaitu pada pasal 18. Aturan

mengenai *transfer pricing* mencakup beberapa hal, yaitu: pengertian hubungan istimewa, wewenang menentukan perbandingan utang dan modal.

Penelitian mengenai motivasi pajak dalam transaksi *transfer pricing* telah beberapa kali dilakukan. Sweson (2001) menemukan bahwa tarif impor dan pajak berpengaruh pada insentif untuk melakukan transaksi *transfer pricing*. Bernard et al., (2006) menemukan bahwa harga transaksi pihak terkait berhubungan dengan tingkat pajak dan tarif impor negara tujuan. Kegiatan ekspansi besar-besaran yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan untuk mempercepat pertumbuhannya telah banyak menimbulkan konglomerasi. Di Indonesia, konglomerasi mendominasi perekonomian nasional sekaligus memberikan kontribusi besar dalam krisis ekonomi nasional. Perusahaan dengan karakteristik kelompok bisnis konglomerat menyebabkan timbulnya risiko ekspropriasi sebagai akibat pengaruh kuat dari pemegang saham pengendali yang merugikan pemegang saham minoritas dan pihak eksternal lain. Kepemilikan saham yang terkonsentrasi pada salah satu pihak akan memberikan kemampuan untuk mengendalikan kegiatan bisnis perusahaan yang berada di bawah kendalinya.

Pajak tangguhan adalah pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atas penghasilan yang diterima atau diperolehnya dalam tahun pajak. Pajak penghasilan badan (PPh) adalah pajak yang dikenakan atas penghasilan yang diterima atau diperoleh oleh badan seperti yang di maksud dalam UU KUP (Jewel,2012). Perbedaan tarif pajak yang berlaku antarnegara menyebabkan perusahaan multinasional memaksimalkan manajemen perpajakannya dengan melakukan pengalihan pendapatan dan laba ke negara lain dengan praktik *transfer*

pricing. (Hansen and Mowen, 2005:195). Perusahaan multinasional sering memanfaatkan celah aturan perpajakan untuk melakukan manajemen pajak dengan melakukan *transfer pricing* yaitu memindahkan keuntungan atau penghasilan yang didapat ke perusahaan afiliasi yang berada di negara lain, sehingga total pajak perusahaan yang dibayarkan menjadi lebih rendah dan keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan tersebut semakin tinggi. Hal tersebut telah menyebabkan kerugian yang besar bagi negara berkembang termasuk Indonesia, karena pajak merupakan salah satu sumber APBN bagi negara Indonesia (Lubis, 2015). Sehingga saat ini *transfer pricing* menjadi salah satu permasalahan yang menjadi perhatian bagi para aparat pajak.

Kegiatan usaha melalui *transfer pricing* ini dipercaya pula oleh para ahli dapat menghindari pajak berganda (PricewaterhouseCoopers, 2009, dalam Hartati, 2013). Namun di satu sisi, *transfer pricing* sering mengalami masalah dalam aspek penyalahgunaan pajak, karena kegiatan ini menyangkut masalah bea cukai, ketentuan anti-dumping, perubahan pengalihan penghasilan, dan perubahan dasar pengenaan pajak (*tax base*) dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain. Dengan kata lain, realitanya adalah *transfer pricing* ini menimbulkan kemungkinan-kemungkinan adanya rekayasa jumlah pajak yang terutang atas wajib pajak yang mempunyai hubungan istimewa tersebut (Hartati, 2013).

Penelitian yang mengemukakan bahwa bonus plan adalah metode pemberian kompensasi di luar gaji yang didasarkan atas hasil dan prestasi kerja.

Munculnya masalah yang terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas ini disebabkan oleh beberapa hal berikut. Pertama, 6 pemegang saham mayoritas terlibat dalam manajemen sebagai direksi atau komisaris yang kemungkinan besar melakukan ekspropriasi terhadap pemegang saham minoritas (Mitton, 2002). Kedua, hak suara yang dimiliki pemegang saham mayoritas melebihi hak atas aliran kasnya, karena adanya kepemilikan saham dalam bentuk bersilang, piramida dan berkelas (Claessens et al., 2000). Bentuk kepemilikan seperti ini akan mendorong pemegang saham mayoritas untuk mengutamakan kepentingan mereka sendiri yang sangat berbeda dengan kepentingan investor.

Dari sudut pandang Dirjen Pajak dalam Pramana (2014), tidak diragukan lagi bahwa *transfer pricing* sangat berpengaruh terhadap penerimaan pajak negara. Berdasarkan perhitungan Dirjen Pajak dinyatakan bahwa negara berpotensi telah kehilangan 1.300 Triliun Rupiah akibat dari praktik *transfer pricing*. Negara berkembang, seperti Indonesia, menyadari bahwa korporasi multinasional dengan berbagai cara mempergunakan rekayasa *transfer pricing* untuk mengalihkan potensi pajak Indonesia ke negara lain dengan berbagai alasan. Oleh karena itulah, otoritas fiskal selalu memandang bahwa tujuan *transfer pricing* adalah untuk penghindaran pajak.

Fenomena *transfer pricing* yang terjadi pada PT Toyofuji Manufaktur Indonesia. Pada tahun 2015 *gross margin* PT Toyofuji manufaktur mengalami peningkatan 11% hingga 14% pertahun. Namun setelah dilakukan restrukturisasi, *gross margin* PT Toyofuji Manufacturing Indonesia hanya sekitar 1.8% hingga

3% per tahun. Sementara di PT Toyota Astra Motor (perusahaan agen tunggal pemegang merek yang didirikan setelah restrukturisasi), *gross margin* mencapai 3.8% hingga 5%. Jika *gross margin* PT Toyofuji Manufaktur digabung dengan PT Toyota Manufacturing Indonesia, presentasi nya masih sebesar 7%. Hal ini berarti *margin* laba sebelum pajak setelah restrukturisasi lebih rendah 7% dibanding dengan margin laba kotor pada tahun 2014 sebesar 14%. Berdasarkan itu, pemeriksa pajak lalu mengkoreksi harga pada transaksi Toyofuji Manufacturing kepada Toyota Motor Asia Pacific di Singapura. Modus ekspor dengan nilai tak wajar juga berulang pada tahun itu. Hasilnya fantastis: omzet penjualan Toyofuji Manufacturing pada 2015 jadi melonjak dari setengah triliun dilihat dari laporan awal perusahaan itu. Nilainya sekarang menjadi Rp 1,7 triliun. Senin (28/8/2015) (Sumber: <https://investigasi.tempo.co>)

Bonus plan manajemen memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima jika bonus tersebut didasarkan pada laba (Lo et al., 2010, dalam Yuniasih, dkk, 2012). Kane, et al. (2005) dalam Andiany (2011) dengan menggunakan mekanisme bonus dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen dibawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar

Salah satu hal yang mempengaruhi keputusan perusahaan melakukan *transfer pricing* ialah mekanisme bonus (*bonus plan*) pada perusahaan. Bonus plan merupakan pembayaran sekaligus yang diberikan karena memenuhi sasaran kinerja perusahaan. Bonus yang diberikan perusahaan dapat berupa tunjangan, komisi, insentif penjualan atau kesejahteraan karyawan (Mispiyanti, 2015).

Bonus plan dalam teori keagenan, menjelaskan bahwa kepemilikan manajemen di bawah 5% terdapat keinginan dari manajer untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan bonus yang besar. Kepemilikan manajemen 25%, karena manajemen mempunyai kepemilikan yang cukup besar dengan hak pengendalian perusahaan, maka asimetris informasi menjadi berkurang. Perusahaan dengan bonus tertentu cenderung lebih menyukai untuk menggunakan metode akuntansi yang menaikkan laba periode berjalan. Pilihan tersebut diharapkan dapat meningkatkan nilai sekarang bonus yang akan diterima. Penelitian telah dilakukan Nurjanah et al (2016) menunjukkan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap transfer pricing.

Penelitian lain dilakukan oleh Hartati (2015) yang menunjukkan hasil bonus plan berpengaruh terhadap keputusan melakukan transfer pricing. Hasil penelitian Purwanti (2010), menurutnya apabila perusahaan memperoleh laba maka RUPS akan memberikan penghargaan berupa Tantiem / bonus kepada anggota Direksi setiap tahun. Manajemen akan melakukan rekayasa laba karena adanya pemberian bonus yang akan diberikan. Mengatur laba bersih akan cenderung dilakukan oleh manajer agar bonus yang akan diterima semakin besar. Lo et al., (2010) menemukan bahwa jika pemberian bonus didasarkan pada besarnya laba, manajemen memiliki kecenderungan memanfaatkan transaksi *transfer pricing* untuk memaksimalkan bonus yang mereka terima. Hartati et al., (2014) menemukan bahwa mekanisme bonus berpengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan transfer pricing

Fenomena lain yang diungkapkan Ketua Umum Partai Persatuan Indonesia (Perindo) Kamis (15/10/2015). Tax ratio Indonesia baru sekitar 12 persen. Jauh dari negara-negara lain yang sampai 15 persen. *Transfer pricing* adalah kebijakan perusahaan dalam menentukan nilai transaksi berupa barang, jasa, harta tak berwujud, atau transaksi finansial. Dalam *transfer pricing* kerap terjadi transaksi dengan nilai tidak wajar. Bisa menaikkan atau menurunkan harga dalam transaksi. Dalam transaksi ekspor, hal tidak wajar yang sering terjadi adalah menurunkan nilai penjualan. Tujuannya agar keuntungan tampak tipis, sehingga bisa mengurangi pajak. Transaksi *transfer pricing* tidak wajar dilakukan dengan cara mengirimkan produk dari perusahaan di Indonesia ke perusahaan yang sama di luar negeri. Baru kemudian dikirimkan ke negara tujuan. Perusahaan di Indonesia ekspor produk ke Amerika senilai USD100. Tapi barang tersebut diekspor dulu ke perusahaan yang juga miliknya di Singapura senilai USD60, baru kemudian dari Singapura diekspor ke Amerika dengan harga USD100, sehingga USD40 berada di Singapura. Jadi itulah kenapa dolar kita banyak tersimpan di sana. Singapura besar karena Indonesia Seperti diberitakan di berbagai media, diperkirakan potensi kehilangan akibat *transfer pricing* lebih dari Rp1.000 triliun per tahun. Selain dolar terparkir di negara lain, praktek tersebut membuat cadangan devisa Indonesia sedikit. Untuk diketahui cadangan devisa Indonesia per akhir September hanya USD101,72 miliar. (<https://economy.okezone.com>)

Fenomena mengenai *Transfer pricing* terjadi pada perusahaan multinasional. Menyatakan 2000 perusahaan yang beroperasi di Indonesia tidak

membayar pajak penghasilan (PPh) Badan Pasal 25 dan Pasal 29 karena alasan merugi. Direktorat Jendral Pajak Kementerian Keuangan (DJP Kemenkeu) mengatakan 2000 perusahaan tersebut merupakan perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang ditangani Kantor Wilayah (Kanwil) Pajak Khusus. “Yang dimaksud tidak membayar pajak adalah mereka yang tidak membayar PPh Badan Pasal 25 dan 29 karena merugi terus-menerus. Tapi perusahaannya masih eksis,” tegas Ken di Kantornya, Jakarta, Senin (28/3/2016).

(Sumber: <http://bisnis.liputan6.com>).

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian terdahulu Hartati (2015) dengan judul pengaruh beban pajak, bonus plan, dan *tunneling incentive* terhadap *transfer pricing*. Dari hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa beban pajak dan mekanisme bonus berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* tahun 2011-2014 dan pendekatan penelitian asosiatif pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pada objek penelitian. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016. Alasan peneliti memilih perusahaan manufaktur disebabkan karena terdapat banyak masalah yang terjadi antara pemegang saham mayoritas dengan pemegang saham minoritas yang mayoritas terjadi di perusahaan manufaktur. Pada penelitian ini penulis hanya mengambil variabel independen yakni pengaruh pajak tangguhan dan bonus plan yang digunakan sebagai bahan penelitian. Alasan penulis hanya mengambil variabel beban pajak dan mekanisme bonus karena dari penelitian-penelitian sebelumnya

dua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* dan penulis ingin mencari tahu seberapa besar pengaruh kedua variabel tersebut terhadap *Transfer pricing*. Untuk pendekatan penelitian penulis memilih deskriptif dan verifikatif dan perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub otomotif pada perusahaan manufaktur tahun 2013-2017

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PAJAK TANGGUHAN DAN BONUS PLAN TERHADAP TRANSFER PRICING “**.
(Studi kasus pada perusahaan manufaktur sektor aneka industri sub otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017)

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah penulis uraikan di atas, maka dapat diidentifikasi masalah pokok sebagai berikut :

1. Masih banyak perusahaan multinasional yang dengan sengaja melakukan kecurangan-kecurangan untuk meminimalkan jumlah pajak yang dibayar melalui rekayasa harga yang ditransfer antar divisi.
2. Masih banyak perusahaan yang ukurannya terbilang besar namun melakukan penyalahgunaan pajak.
3. Masih banyak kasus *transfer pricing* yang terjadi karena kurangnya hukum bagi pelaku *transfer pricing*.

4. Persoalan *Transfer Pricing* dapat memicu terjadinya rekayasa pengalihan penghasilan, dasar pengenaan pajak atau biaya dari satu wajib pajak kepada wajib pajak lain untuk menekan biaya pajak terutang keseluruhan atas wajib pajak yang memiliki hubungan istimewa tersebut.
5. Adanya aksi unjuk rasa segerombolan buruh menuntut kepada perusahaan atas belum dilunasinya hak mendapatkan gaji dan bonus.
6. Dari sisi pemerintah, *transfer pricing* diyakini mengakibatkan berkurang atau hilangnya potensi penerimaan pajak suatu negara karena perusahaan multinasional cenderung menggeser kewajiban perpajakannya dari negara-negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*hight tax countries*) ke negara-negara yang menerapkan tarif pajak rendah (*low tax countries*).
7. pihak lain dari sisi bisnis, perusahaan cenderung berupaya meminimalkan biaya-biaya (*cost efficiency*) termasuk di dalamnya minimalisasi pembayaran pajak perusahaan (*corporate income tax*)

1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah penelitian, maka dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana pajak tangguhan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
2. Bagaimana bonus plan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017

3. Bagaimana *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
4. Seberapa besar pengaruh pajak tangguhan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
5. Seberapa besar pengaruh bonus plan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
6. Seberapa besar pengaruh pajak tangguhan dan bonus plan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan latar belakang penelitian dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan yang hendak dicapai oleh peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pajak tangguhan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
2. Untuk menganalisis dan mengetahui bonus plan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
3. Untuk menganalisis dan mengetahui *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017

4. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh pajak tangguhan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
5. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh bonus plan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017
6. Untuk menganalisis dan mengetahui besarnya pengaruh pajak tangguhan dan bonus plan terhadap *Transfer Pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dapat dikaitkan dengan hal-hal yang bersifat teoritis dan praktis yaitu untuk mengembangkan ilmu yang terdapat dalam bentuk kegunaan praktis, yang dalam bentuk kegunaan praktis menyangkut pemecahan masalah-masalah yang aktual. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis/Akademis

Penelitian ini diharapkan sebagai sumber pengetahuan secara luas khususnya mengenai akuntansi perpajakan. Dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh pajak tangguhan dan bonus plan terhadap *transfer pricing*.

2. Kegunaan Praktis/Empiris

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi :

a) Penulis

Dapat menambah wawasan dalam penelitian dan pengetahuan khususnya tentang pengaruh pajak tangguhan dan mekanisme bonus terhadap *transfer pricing* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

b) Pemerintah

Memberikan masukan bagi pemerintah dalam membuat kebijakan di bidang perpajakan sehingga dapat meminimalisir aktivitas *Transfer pricing* pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

c) Peneliti lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumbangan konseptual bagi peneliti selanjutnya yang akan meneruskan penelitian yang berhubungan dengan *transfer pricing*

d) Pengguna Informasi Laporan Keuangan

Pengguna laporan keuangan yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat lebih berhati-hati dan lebih cermat menganalisis terjadinya kecurangan yang dilakukan oleh direksi guna kepentingan pribadi. Juga bagi pemegang saham minoritas untuk dapat lebih cermat dalam mengamati adanya keputusan dari pemegang saham mayoritas yang dapat merugikan mereka.

1.5 Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang menyediakan informasi laporan keuangan perusahaan dengan mengakses situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id.