

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan perusahaan multinasional pada praktiknya sering sekali dimanfaatkan dan digunakan untuk melakukan penghindaran pajak karena adanya perbedaan tarif pajak yang berlaku di setiap negara, serta keinginan untuk memperkecil pungutan pajak yang tinggi, dapat dilakukan dengan cara *Transfer Pricing* (Noviastika et al., 2016).

Transfer Pricing dipercaya dapat menjadi salah satu strategi yang efektif untuk memenangkan persaingan dalam memperoleh sumber daya yang terbatas khususnya dalam perusahaan multinasional yang berskala global. Pelaku subyek pajak wajib membayar pajak penghasilan kepada pemerintah sesuai dengan tarif pajak yang sudah ditentukan. Tarif pajak penghasilan yang sudah ditetapkan pemerintah berbeda dengan tarif pajak efektif yang ditanggungkan kepada perusahaan terkadang lebih besar atau lebih kecil dari tarif pajak yang sudah ditetapkan pemerintah (Lubis et al., 2013) Sering dijumpai aturan-aturan yang berkaitan dengan perlakuan pajak terhadap transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Dianggap sebagai aturan yang dapat memecahkan masalah *Transfer Pricing*, dasar hukum bagi otoritas pajak yang melakukan koreksi atas transaksi yang terjadi antara pihak yang mempunyai hubungan istimewa (Yuniasih et al., 2012).

Berdasarkan Undang-Undang No. 36 Tahun 2008 Pasal 18 ayat (4a) menjelaskan bahwa hubungan istimewa antara Wajib Pajak Badan dapat terjadi karena pemilikan atau penguasaan modal saham suatu badan oleh badan lainnya sebanyak 25% atau lebih, atau antara beberapa badan yang 25% atau lebih sahamnya dimiliki oleh suatu badan (Online Pajak, 2018).

Sarifah et al., (2019) membuktikan bahwa semakin meningkatnya pajak yang dikenakan maka perusahaan akan lebih banyak melakukan *Transfer Pricing* dengan pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Adapun fenomena yang terkait *Transfer Pricing* di Indonesia bahwa 60% dari wajib pajak di Indonesia melakukan praktik *Transfer Pricing*. Hampir semua eksportir di Indonesia melakukan *Transfer Pricing* sehingga kerugian negara mencapai 25% dari nilai ekspor untuk menghindari royalti yang dibayarkan ke negara republik Indonesia (www.ortax.org, data diakses pada 1 mei 2017).

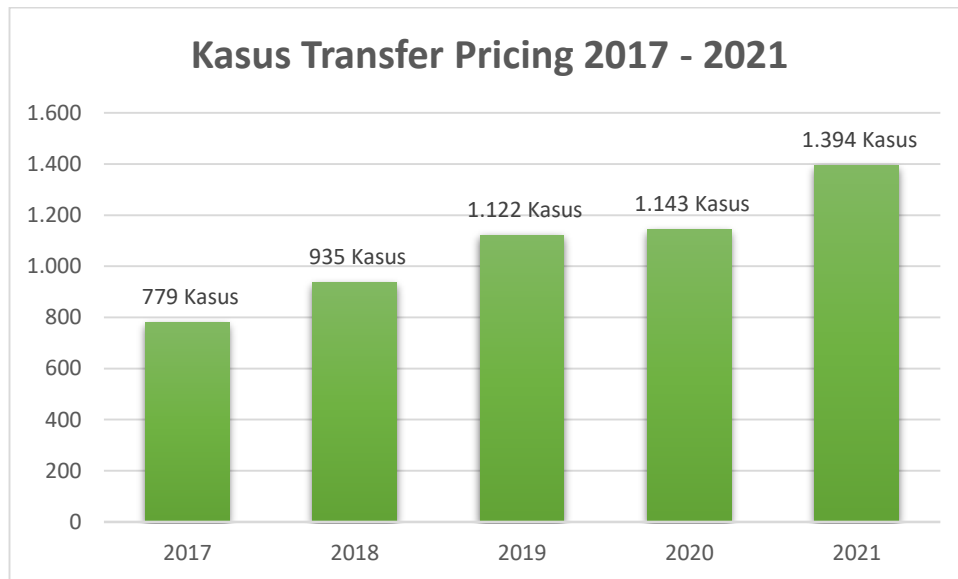
Zatnika (2017) menjelaskan bahwa praktik penghindaran pajak dengan skema *Transfer Pricing* tidak hanya terjadi pada perusahaan multinasional yang lintas negara. Praktik dengan perusahaan terafiliasi ini, menurut Ditjen Pajak, juga terjadi antar perusahaan dalam negeri. Direktur Perpajakan Internasional Ditjen Pajak John Hutagaol mengatakan, “beberapa perusahaan yang ada dalam satu grup di Indonesia kerap menggunakan skema ini, tujuannya yaitu memindahkan keuntungan dari satu perusahaan ke perusahaan lain yang memiliki kewajiban perpajakan lebih kecil.”

Ketua Dewan Pengurus Nasional IAI mengungkapkan, *Transfer Pricing* sebenarnya tidak dilarang selama tidak bertujuan untuk secara sengaja

menggelapkan pajak. Tetapi *Transfer Pricing* memberi peluang bagi wajib pajak untuk memanipulasi besar kewajiban pajaknya. Manipulasi *Transfer Pricing* bisa dilakukan oleh suatu perusahaan dalam satu group yang beroperasi di negara-negara yang memiliki perbedaan sistem pajak (Primadhyta, 2017).

Namun, dalam prakteknya *Transfer Pricing* digunakan oleh beberapa perusahaan multinasional untuk menghindari pemungutan pajak yang besar dengan cara mengecilkan pajaknya dan membuat beberapa negara mengalami kerugian dalam penerimaan pajak. Salah satunya, yaitu Indonesia yang memanfaatkan pajak dalam APBNnya. Menurut Direktur Eksekutif *Center For Indonesia Taxation* Yustinus Prabowo, Indonesia berpotensi kehilangan penerimaan pajak lebih dari Rp. 1.300 triliun setiap tahunnya (Refgia, 2017). *Transfer Pricing* dilakukan dengan cara menentukan jumlah penghasilan yang didapat masing-masing perusahaan yang terlibat dan penerimaan pajak penghasilan di negara pengekspor maupun negara pengimpor dan kebanyakan dilakukan oleh perusahaan multinasional (V. R. Putri, 2019).

Pada Forum Nasional *Transfer Pricing* (Fornas TP) 2020 mengatakan bahwa *Transfer Pricing* bukanlah praktik yang negatif. Jika harga yang digunakan tidak wajar, maka praktik ini menjadi kurang tepat. Dirjen Pajak Suryo Utama mengungkapkan bahwa masalah *Transfer Pricing* tidak hanya ada di Kanwil DJP Wajib Pajak Besar dan Kanwil DJP Jakarta Khusus. Pasalnya, setiap Kanwil DJP di seluruh Indonesia sudah mengalami kendala terkait praktik *Transfer Pricing*. Akan tetapi, kasus *Transfer Pricing* masih banyak terjadi. Dapat dilihat tingkatan kasus tersebut pada gambar 1.1



Gambar 1.1 Kasus *Transfer Pricing* tahun 2017-2021

Sumber: Diolah dari data *Organisation for Economic Co-Operation and Development* (2021)

Berdasarkan data tersebut, OECD mencatat bahwa jumlah sengketa harga transfer baru meningkat sebesar 1,9%. Masalah harga transfer meningkat setiap tahun dari 2017 menjadi 779 kasus, peningkatan 20% pada 2018 menjadi 935 kasus, peningkatan 20% pada 2019 menjadi 1.122 kasus, peningkatan 1,9% pada 2020 menjadi 1.143 kasus dan peningkatan 22% pada 2021 menjadi 1.394 kasus. Praktik *Transfer Pricing* terjadi di Indonesia pada perusahaan multinasional dibidang manufaktur. Seperti yang dilakukan oleh PT Coca-Cola Indonesia (PT CCI) yang merupakan anak perusahaan The Coca-Cola Company. PT CCI terindikasi mengelabui pajak yang mengakibatkan kurang bayar pajak sebesar Rp 49,24 miliar. Pada tahun 2004, PT CCI mengajukan banding ke pengadilan pajak karena dinilai telah membayar pajak sesuai dengan kewajibannya. Kasus tersebut berlangsung pada tahun pajak 2002-2006, hasil pemeriksaan oleh DJP mendeteksi

bahwa biaya tahun tersebut sangat tinggi sehingga mengalami peningkatan yang signifikan.

Penghasilan kena pajak yang berkurang disebabkan oleh biaya yang tinggi, dan oleh karena itu setoran pajak yang diberikan kepada negara akan lebih sedikit. Biaya tersebut antara lain digunakan untuk membayar iklan minuman jadi merek Coca-Cola selama periode 2002-2006 dengan total biaya sebanyak Rp 556,84 miliar, yang mengakibatkan adanya penurunan penghasilan kena pajak. Menurut perhitungan PT CCI, penghasilan kena pajak hanya Rp 492,59 miliar. Sedangkan data DJP menunjukkan bahwa jumlah penghasilan kena pajak PT CCI selama periode tersebut senilai Rp 603,48 miliar. Berdasarkan perbedaan tersebut, DJP menghitung bahwa Pajak Penghasilan (PPH) kurang bayar PT CCI sebesar Rp 49,24 miliar. Praktik ini terdeteksi karena produk PT CCI merupakan produk konsentrat, sehingga bukan produk minuman jadi yang membutuhkan banyak biaya periklanan, sehingga terdapat aktivitas yang tidak sejalan dengan bisnis perusahaan. Bagi DJP, kasus ini mengarah pada praktik *Transfer Pricing* untuk meminimalisir pembayaran pajak, karena beban biaya periklanan tersebut sangat mencurigakan (Mustami, 2014).

Melenyapkan *Transfer Pricing* bukanlah urusan yang mudah, ketiadaan akses publik ke dalam detail rincian transaksi perusahaan, menyebabkan perusahaan leluasa memodifikasi laporan keuangan. Bahkan perusahaan terbuka (Tbk) mungkin juga melakukan *Transfer Pricing* (Suryana, 2012).

Kasus *Transfer Pricing* yang terjadi di Indonesia dan merugikan negara adalah kasus PT Adaro yang terjadi sejak tahun 2009-2017. PT Adaro melalui salah satu

anak perusahaannya di Singapura yaitu Coaltrade Services International telah mengatur sedemikian rupa laporan keuangannya sehingga mereka bisa membayar pajak US\$ 125 juta dolar lebih rendah daripada yang seharusnya di bayarkan di Indonesia. Menurut Stuart McWilliam, Kepala Global Witness mengatakan bahwa dengan memindahkan sejumlah besar uang melalui suaka pajak, PT Adaro berhasil mengurangi tagihan pajaknya di Indonesia yang berarti mengurangi pemasukan bagi pemerintah Indonesia sebesar hampir US\$ 14 juta setiap tahunnya yang sekiranya bisa digunakan untuk kepentingan umum. Berdasarkan uraian kasus diatas memperlihatkan bahwa *Transfer Pricing* merupakan salah satu skema yang sangat rawan untuk dijadikan jalan pintas dalam memperoleh laba.

Berdasarkan kasus di atas, *Transfer Pricing* merupakan opsi jalan pintas dalam mencari keuntungan. Terdapat beberapa faktor yang membuat perusahaan multinasional mengambil tindakan *Transfer Pricing*. Seperti yang dikemukakan oleh penelitian Saraswati, Gusti Ayu, dan I Ketut Sujana (2017), bahwasannya pajak memberikan pengaruh terhadap indikator *Transfer Pricing*. Proses ini melibatkan perusahaan afiliasi, berlokasi pada negara atau wilayah yang berbeda. Dengan tujuan agar mengurangi total pajak yang harus perusahaan bayar tersebut. Penelitian ini juga didukung oleh Wijaya & Amalia (2020) yang menyebutkan bahwasannya pajak berpengaruh positif pada *Transfer Pricing*. Hasilnya menyimpulkan bahwa semakin tinggi motivasi perusahaan dalam mengambil keputusan kegiatan *Transfer Pricing* yang dipengaruhi oleh jumlah pajak yang semakin besar.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Andayani dan Sulistyawati (2020) menyatakan perusahaan yang pajaknya kecil, memiliki kemungkinan yang lebih tinggi untuk tidak melakukan manipulasi pajak melalui *Transfer Pricing*. Dalam hal ini *Transfer Pricing* juga dikerjakan untuk mengalihkan sejumlah harga kepada perusahaan yang memiliki afiliasi atau anak cabang di dalamnya. Tjandrakirana & Diani (2020) juga menambahkan bahwa pajak tidak mempengaruhi keputusan perusahaan yang menerapkan *Transfer Pricing*. Perusahaan dengan beban pajak yang besar, tidak akan memutuskan untuk menerapkan *Transfer Pricing*.

Beberapa penelitian mengenai *Transfer Pricing* yang dipengaruhi oleh *Effective Tax Rate* dilakukan oleh Sarifah, Probowulan, dan Maharani (2019) menunjukkan bahwa *Effective Tax Rate* berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap kebijakan *Transfer Pricing*. Nilai ETR yang tinggi membuat perusahaan cenderung untuk melakukan penghindaran pajak dengan melakukan tindakan *Transfer Pricing*, karena perusahaan tersebut harus membayar tarif pajak yang tinggi. Penelitian oleh (Cahyadi & Noviari, 2018) mengemukakan pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan *Transfer Pricing* yang dilakukan perusahaan. Hal yang sama juga didukung oleh (Cledy & Amin, 2020) dan (Mulyani et al., 2020) bahwa pajak memiliki pengaruh positif dan signifikan dalam keputusan *Transfer Pricing*. Salah satu upaya perencanaan perusahaan untuk menghindari pajak adalah dengan memanfaatkan tax haven country melalui *Transfer Pricing*. Perhitungan *Effective Tax Rate* (ETR) akan berdampak pada laba akuntansi yang terlihat dalam catatan atas laporan keuangan perusahaan,

karena ETR memberi gambaran beban pajak yang ditanggung perusahaan. Meski demikian, (Junaidi & Yuniarti, 2020) pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*.

Penelitian yang dilakukan Yuniasih et al. (2012) juga menyatakan bahwa pajak berpengaruh positif juga signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan praktik *Transfer Pricing* dengan harapan dapat menekan beban pajak yang semakin besar. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Refgia (2017) bahwa pajak berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*. (Tjandrakirana & Diani, 2020) dalam penelitiannya mengemukakan pajak tidak memiliki pengaruh atas *Transfer Pricing* yang dilakukan perusahaan. Penelitian yang dilakukan Sarifah et al. (2019) dengan judul Dampak *Effective Tax Rate*, *Tunneling Incentive*, indeks trend laba bersih dan exchange rate pada keputusan *Transfer Pricing* yang menyatakan bahwa *Effective Tax Rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Hartati et al. (2014) menguji pengaruh pajak, *Tunneling Incentive* dan mekanisme bonus pada keputusan *Transfer Pricing* dengan hasil pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *Transfer Pricing*, *Tunneling Incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *Transfer Pricing* dan mekanisme bonus berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *Transfer Pricing*. (Kiswanto & Purwaningsih, 2014) menguji pengaruh pajak, kepemilikan asing, dan ukuran perusahaan terhadap *Transfer Pricing* dengan hasil pajak berpengaruh positif terhadap *Transfer Pricing*. Wafiroh & Hapsari (2015) menguji pengaruh pajak, *Tunneling Incentive* dan mekanisme bonus pada

keputusan *Transfer Pricing* dengan hasil pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *Transfer Pricing*, *Tunneling Incentive* berpengaruh positif dan signifikan terhadap transaksi *Transfer Pricing* dan mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap transaksi *Transfer Pricing*. Sarifah et al., (2019), selain untuk penghindaran pajak yang lebih besar, praktik *Transfer Pricing* dipengaruhi oleh alasan non pajak seperti mekanisme bonus.

Hasil penelitian Rachmat (2019) membuktikan bahwa mekanisme bonus dapat mempengaruhi perusahaan dalam melakukan pengambilan keputusan *Transfer Pricing*. Sedangkan Ayshinta et al. (2019) menyatakan bahwa mekanisme bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan praktik *Transfer Pricing*. (Tania & Kurniawan, 2019), berdasarkan koefisien variabel mekanisme bonus menunjukkan bahwa untuk memaksimalkan bonus, manager sering kali melakukan perencanaan laba untuk memaksimalkan laba bersih.

Tunneling Incentive, bersama dengan *Effective Tax Rate* dan Mekanisme Bonus, juga merupakan salah faktor yang mendasari terjadinya *Transfer Pricing*. *Tunneling Incentive* dapat didefinisikan sebagai insentif yang didapat oleh pemilik saham mayoritas dari pengalihan aset, di mana bebannya ditanggung bersama dengan pemilik saham minoritas (Saraswati & Sujana, 2017). *Transfer Pricing* yang dilakukan oleh perusahaan dapat dipengaruhi oleh kepemilikan saham, karena umumnya jabatan dalam manajemen yakni direksi atau komisaris diisi oleh pemilik saham mayoritas (Herawaty & Anne, 2019). Dalam penelitiannya, (Ayuningtyas et al., 2020) dan (Purwanto & Tumewu, 2018) mengemukakan bahwa terdapat pengaruh positif antara *Tunneling Incentive* dan keputusan

Transfer Pricing. Begitu pun dengan (Beebeejaun, 2019) yang menyatakan bahwa adanya pengaruh pemangku kepentingan utama dalam kegiatan *Transfer Pricing*. Meski begitu, (Mulyani et al., 2020) dan (T. R. Rahayu et al., 2020) mengungkapkan dalam penelitiannya bahwa *Tunneling Incentive* tidak memengaruhi keputusan *Transfer Pricing*.

Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) menemukan adanya pengaruh positif *Tunneling Incentive* pada keputusan *Transfer Pricing* perusahaan. Transaksi pihak terkait lebih umum digunakan untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran dividen karena perusahaan yang terdaftar harus mendistribusikan dividen kepada perusahaan induk dan pemegang saham minoritas lainnya. Kondisi yang unik dimana kepemilikan saham pada perusahaan publik di Indonesia cenderung terkonsentrasi sehingga ada kecenderungan pemegang saham mayoritas untuk melakukan tunneling. (Wafiroh & Hapsari, 2016), (Rochmadina et al., 2017) *Tunneling Incentive* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing* Karena Perusahaan akan lebih memilih transaksi pihak terkait untuk tujuan transfer kekayaan daripada pembayaran deviden, perusahaan yang terdaftar harus membagikan deviden kepada perusahaan induk dan pemegang minoritas lainnya. tunneling juga dapat dilakukan dengan berbagai cara salah satunya dengan menjual produk perusahaan dengan harga yang lebih rendah dari harga pasar kepada perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Hidayat et al., (2019) menyatakan bahwa *Tunneling Incentive* adalah insentif yang didapat dari

pengalihan aset dan laba perusahaan oleh pemegang saham mayoritas, namun pemegang saham minoritas pada akhirnya menanggung bebannya.

Dalam perkembangannya, praktek *Transfer Pricing* dimanfaatkan sebagai bagian dari perencanaan pajak perusahaan untuk meminimalkan beban pajak yang dibayar melalui rekayasa harga transfer antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa. Beban pajak yang semakin besar memicu perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing* dengan harapan dapat menekan beban tersebut (Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma 2012). Klassen, Lisowky, dan Mescall (2016) mengemukakan bahwa terjadi pergeseran pendapatan oleh perusahaan uliti nasional sebagai respon terhadap tingkat perbedaan tarif pajak. Hal tersebut menimbulkan permasalahan bagi otoritas fiskal dalam usahanya mengamankan penerimaan negara dari sektor pajak.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian mengenai faktor yang ber-pengaruh terhadap keputusan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*. Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu maka, judul penelitian ini adalah “Pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan oleh penulis dapat diidentifikasi beberapa masalah yang akan dibahas:

1. Apakah *Effective Tax Rate* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*?
2. Apakah Mekanisme bonus berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*?
3. Apakah *Tunneling Incentive* berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*?
4. Apakah *Effective Tax Rate*, Mekanisme bonus dan *Tunneling Incentive* secara bersama-sama berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh *Effective Tax Rate* terhadap *Transfer Pricing*
2. Untuk menguji pengaruh Mekanisme Bonus terhadap *Transfer Pricing*
3. Untuk menguji pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing*
4. Untuk menguji pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus dan *Tunneling Incentive* secara bersama-sama terhadap *Transfer Pricing*

1.4 Manfaat dan Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini dilakukan dengan mengeksplorasi metodologi dari segi pengukuran maupun model ekonometrika untuk mendapatkan kesimpulan penelitian yang akurat terkait **Pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017- 2021)** Temuan empiris penelitian ini diharapkan dapat memberikan

kontribusi terhadap **teori agensi** dan **teori persinyalan**. Berikut ini adalah beberapa uraian tentang kegunaan teoritis.

1. Penggunaan *Effective Tax Rate* dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori (teori agensi).
2. Penggunaan Mekanisme Bonus dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori (teori agensi).
3. Penggunaan *Tunneling Incentive* dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori (teori agensi).
4. Penggunaan *Transfer Pricing* dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori (teori agensi dan persinyalan).

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang berguna informasi yang berguna bagi berbagai pihak yang menggunakannya adalah:

1. Bagi Perusahaan Manufaktur

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan peninjauan dalam memaksimalkan laba perusahaan dengan penetapan harga barang dan jasa yang dilakukan antar perusahaan yang memiliki hubungan istimewa yang dilihat dari sisi *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive*.

2. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan dan bahan pertimbangan sehingga pemerintah lebih meningkatkan pengawasan dan

memperketat aturan khususnya yang berkaitan dengan *Transfer Pricing* sehingga pelaksanaan praktik *Transfer Pricing* dapat berjalan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

3. Bagi Pengguna Laporan Keuangan

Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai *Transfer Pricing*, sehingga pengguna laporan keuangan dapat mengambil keputusan yang tepat berdasarkan laporan keuangan yang berkualitas, handal dan dapat dipercaya sehingga informasi yang didapat pengguna laporan keuangan tidak menyesatkan.

4. Bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP)

Penelitian ini dapat memberikan masukan yang berarti bagi Direktorat Jenderal Pajak (DJP) dalam meluncurkan program-program untuk meningkatkan pengawasan dan memperketat aturan khususnya yang berkaitan dengan *Transfer Pricing* sehingga pelaksanaan *Transfer Pricing* dapat berjalan dengan peraturan yang berlaku.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulisan membatasi masalah hanya pada aspek Pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, dan *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017- 2021). Objek penelitian ini terbatas pada Bursa Efek Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka penulisan menggunakan sistematika yang menunjuk kepada Pedoman Teknis Penulisan Tugas Akhir yang dikeluarkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan kegunaan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori yang relevan dengan masalah yang diteliti yaitu pengaruh *Effective Tax Rate*, Mekanisme Bonus, *Tunneling Incentive*, *Transfer Pricing*, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi jenis penelitian, desain penelitian, tahapan penelitian, operasionalisasi variabel penelitian, waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengambilan sampel, dan metode analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum perusahaan, gambaran umum objek penelitian, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan, implikasi manajerial, dan saran.