

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan *Transfer Pricing* tidak lepas dari globalisasi. Globalisasi berperan mengurangi atau bahkan menghilangkan hambatan antarnegara dalam rangka memundahkan arus barang, jasa, modal, dan sumber daya manusia antarnegara. Seiring dengan berkembangnya era globalisasi, perdagangan internasional memberikan dampak signifikan terhadap kemajuan ekonomi suatu Negara maupun ekonomi dunia. Globalisasi ekonomi yang diikuti dengan internasionalisasi investasi, bisnis, perdagangan, dan aktivitas lainnya, telah mengorbitkan Perusahaan Multinasional (MNC). Perusahaan Multinasional sebagai pelaku perdagangan internasional memanfaatkan perkembangan teknologi, transportasi, dan komunikasi untuk menjalankan usaha di beberapa negara. Perusahaan Multinasional banyak melakukan operasi di beberapa negara yang memiliki tarif pajak yang berbeda (Pohan (2018:175)).

Perbedaan tarif ini membuat perusahaan Multinasional mengambil keputusan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Perbedaan tarif pajak merupakan permasalahan yang sering terjadi dalam perusahaan multinasional. Perbedaan tarif pajak antarnegara menimbulkan pilihan negara tujuan pemajakan. Dari sisi tujuan

untuk melakukan penghematan pajak, perusahaan multinasional cenderung menggeser penghasilan dari negara yang memiliki tarif pajaknya tinggi ke negara yang memiliki tarif pajaknya lebih rendah, sebaliknya memindahkan biaya dari negara yang tarif pajaknya rendah ke negara yang tarif pajaknya lebih tinggi (Kurniawan (2015:4)).

Seiring berkembangnya perusahaan multinasional, *Transfer Pricing* menjadi bermasalah karena sering disalahgunakan untuk menghindari pajak atau menggunakan strategi untuk mengurangi beban pajak seperti mentransfer keuntungan yang diperoleh kepada perusahaan yang berkedudukan di negara dengan pajak rendah, karena biasanya perusahaan akan mencari cara untuk meningkatkan laba atau paling tidak meningkatkan efisiensi pengeluaran. Banyak perusahaan sering menggunakan *Transfer Pricing* sebagai alat untuk mengurangi jumlah pajak yang harus dibayar, karena bagi pelaku usaha pajak masih dipandang sebagai beban untuk mengurangi keuntungan karena semakin tinggi tarif pajak suatu negara maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan *Transfer Pricing*. Selain memiliki sifat memaksa, pajak memang merupakan hal yang harus dihindari oleh banyak perusahaan (Mangoting, 2004).

Pajak merupakan sumber dana bagi pemerintah dan dapat digunakan untuk mendanai pengeluaran negara (fungsi anggaran) dan juga dapat digunakan sebagai alat untuk mengatur pelaksanaan kebijakan pemerintah di bidang social dan ekonomi (fungsi regulasi). Perusahaan adalah salah satu yang memiliki kewajiban untuk membayar pajak. Tetapi karena perusahaan selalu menganggap pajak

sebagai beban perusahaan maka banyak perusahaan yang masih menerapkan *Transfer Pricing*.

*Transfer Pricing* adalah isu sensitive di dunia bisnis dan ekonomi global, terutama dalam hal perpajakan. Kegiatan *Transfer Pricing* perusahaan multinasional secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi tingkat perpajakan nasional dalam hal perpajakan. *Transfer Pricing* dilakukan untuk menentukan jumlah pendapatan yang diperoleh setiap perusahaan yang terlibat dan pendapatan pajak penghasilan suatu negara. Karena penerapan *Transfer Pricing* yang salah digunakan oleh perusahaan maka tujuan awal *Transfer Pricing* menjadi hilang. Banyak pihak yang beranggapan bahwa *Transfer Pricing* menjadi salah satu penyebab kerugian negara karena nilai pajak yang dibayarkan kecil.

*Transfer Pricing* adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak – pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Hubungan istimewa menurut Undang – Undang Nomor 36 Tahun 2008 diatur di Pasal 18 ayat (4) yaitu wajib pajak mempunyai penyertaan modal langsung atau tidak langsung paling rendah 25% pada wajib pajak lain atau hubungan antara wajib pajak dengan penyertaan paling rendah 25% pada dua wajib pajak atau lebih. *Transfer Pricing* secara umum adalah kebijakan suatu perusahaan dalam menentukan harga suatu transaksi antara pihak-pihak yang mempunyai hubungan istimewa. Hanya mereka yang memiliki hubungan istimewa yang mampu merekayasa bisnis dalam kerangka melakukan *Transfer Pricing* (Pohan (2018:300)).

Pihak-pihak berelasi dapat melakukan transaksi yang tidak akan dilakukan oleh pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Transaksi antara pihak-pihak berelasi juga mungkin transaksi serupa dapat dilakukan dengan harga yang berbeda yang dilakukan oleh pihak – pihak yang tidak memiliki hubungan istimewa. Misalnya, mungkin diperlukan untuk menjual produk ke anak perusahaan dari pihak independen biasanya dengan harga normal dan menjual produknya ke perusahaan induk dengan biaya. Namun, transaksi kedua perusahaan terkait mungkin saja tidak memiliki transaksi yang istimewa. Contohnya adalah anak perusahaan yang menjual dengan harga jual normal kepada induknya.

Menurut Dion (2009), Hubungan Istimewa dilakukan oleh pemegang saham pengendali. Pemegang saham non pengendali mempercayakan pemegang saham pengendali untuk mengawasi manajemen karena posisi yang dimiliki oleh pemegang saham mayoritas lebih baik dan mempunyai akses informasi yang baik. Sehingga menyebabkan pemegang saham non pengendali berada dalam posisi yang sangat lemah sehingga membuat pemegang saham pengendali menyalahgunakan hak kendalinya untuk kepentingan sendiri.

Ketidakwajaran harga transfer yang jauh melampaui batas ketidaknormalan harga pasar dan menjurus pada tindakan *Transfer Pricing* secara peyoratif (negative) seiring dikaitkan dengan rekayasa harga secara sistematis dengan maksud mencari penghematan pajak dan peningkatan laba secara global. Hal ini tidak lepas dari adanya beban pajak antarnegara yang biasanya merupakan

pemicu atau daya tarik bagi pelaku bisnis untuk melakukan penyimpangan *Transfer Pricing* dari harga pasar wajar. Perilaku pengusaha yang melakukan *Transfer Pricing* yang peyoratif bisa merugikan negara sumber dari sisi perpajakan dan pergeseran basis pajak tersebut ke salah satu (beberapa) negara dengan beban pajak rendah akan berdampak pada berkurangnya penerimaan negara (Pohan (2018:190)).

Para ahli mengakui bahwa penetapan *Transfer Pricing* mungkin bisa menjadi masalah bagi perusahaan, tetapi juga bisa menjadi pencari peluang untuk perusahaan yang mengejar keuntungan 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 mengurangi keuntungan. Banyak perusahaan juga melihatnya sebagai 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 (Pramana, 2014).

Dari sudut pandang Direktorat jendral 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 dan cenderung menggeser kewajiban pajaknya dari Negara yang memiliki tarif pajak tinggi (*high tax countries*) ke Negara yang mempunyai tarif pajak rendah (*low tax countries*).

Kasus *Transfer Pricing* terjadi pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) diduga melakukan penggelembungan yang nilainya mencapai Rp. 4 triliun. Manajemen lama juga diduga mengalirkan dana ke pihak terafiliasi senilai Rp. 1,78 triliun. Selain itu, ada juga temuan dugaan penggelembungan pendapatan senilai Rp. 662 miliar dan penggelembungan lain sebesar Rp. 329 miliar pada bisnis makanan tersebut. Dalam laporan hasil investigasi berbasis fakta PT. Ernst & Young Indonesia (EY) kepada manajemen baru di AISA tertanggal 12 Maret 2019 yang dikutip dari CNBC Indonesia, dugaan penggelembungan terjadi pada akun piutang usaha, persediaan dan asset tetap grup AISA. Bentuk aliran dana sebesar Rp. 1,78 triliun dengan berbagai skema dari grup TPS Food kepada pihak-pihak yang diduga terafiliasi dengan pihak manajemen lama terbentuknya antara lain dengan menggunakan pencairan pinjaman grup TPS Food dari beberapa bank, pencairan deposito berjangka, transfer dana di rekening bank, dan pembiayaan beban pihak terafiliasi oleh TP Food.

Menurut EY, hal ini berpotensi melanggar keputusan ketua badan pengawas pasar modal dan lembaga keuangan (sekarang menjadi aturan Otoritas Jasa Keuangan/OJK) No. KEP-421/BL/2009 tentang Transaksi Afiliasi dan Benturan Kepentingan Transaksi Tertentu (detik.com).

Kasus *Transfer Pricing* di Indonesia juga terjadi pada perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang melibatkan salah satu perusahaan dalam kelompok cola-cola company, yaitu PT. Coca Cola Indonesia (CCI). PT. Coca Cola Indonesia diduga mengakali pajak yang menimbulkan kekurangan pembayaran pajak sebesar Rp. 49,24 miliar. Hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan menemukan adanya pembengkakan biaya yang besar pada tahun 2002 – 2006. Beban biaya yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang sehingga setoran pajaknya pun mengecil. Beban biaya itu antara lain untuk iklan dari rentang waktu tahun 2002 – 2006 dengan total sebesar Rp. 566,84 miliar. Itu untuk iklan produk minuman jadi merek Coca – Cola. Akibatnya, ada penurunan penghasilan kena pajak. Menurut DJP, total penghasilan kena pajak CCI pada periode itu adalah Rp. 603.48 miliar. Sedangkan perhitungan CCI, penghasilan kena pajak hanyalah Rp. 492.59 miliar. Dengan selisih itu, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan (PPh) CCI Rp. 49.24 miliar. Biaya iklan yang dibebankan oleh PT. CCI tidak memiliki kaitan langsung dengan produk yang dihasilkan. (Kompas.com).

Dengan kasus tersebut, peneliti menganalisis bahwa praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh CCI karena ingin meminimalisir pajak yang harus dibayar. Dengan melakukan *Transfer Pricing*, CCI dapat melakukan penghindaran pajak. *Transfer Pricing* adalah transaksi barang dan jasa antara beberapa departemen dalam satu kelompok usaha dengan harga yang tidak wajar sehingga mengurangi beban pajak.

Direktorat Jenderal Pajak Kementerian Keuangan (DPJ Kemenkeu) menyatakan bahwa ada sebanyak 2.000 perusahaan multinasional yang beroperasi di Indonesia tidak membayar pajak penghasilan (PPH) Badan Pasal 25 dan Pasal 29 alasan karena dapat merugi. Perusahaan Multinasional Asing (PMA) tersebut menggunakan tiga cara supaya bisa menghindari dari kewajiban untuk menyetor pajak di Indonesia. Sebanyak 2.000 PMA, terdiri dari beberapa sektor perusahaan dan tidak membayar pajak selama 10 tahun. Ada tiga penyebab utama 2000 perusahaan multinasional tersebut terindikasi menghindari pajak selama bertahun-tahun. Praktik penghindaran pajak ini dilakukan dengan cara *Transfer Pricing* atau mengalihkan keuntungan kena pajak dari Indonesia ke negara lain. (Liputan.com).

Keputusan Perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing* dimotivasi untuk meningkatkan keuntungan perusahaan melalui pengecilan beban pajak, mengurangi resiko keuangan melalui selisih kurs (*Exchange Rate*) dan meningkatkan keuntungan pemegang saham pengendali melalui *Tunneling Incentive*. Faktor yang mempengaruhi Perusahaan mengambil keputusan *Transfer Pricing* yaitu beban pajak, *tunneling incentive* dan *Exchange Rate*.

Beban Pajak merupakan pajak yang dikenakan terhadap subjek pajak atau penghasilan yang diterima atau diperoleh dalam satu tahun pajak. Beban pajak merupakan faktor yang membuat perusahaan untuk mengambil keputusan *Transfer Pricing* dikarenakan Pajak penghasilan merupakan kewajiban perusahaan untuk menyetorkan kinerja perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan diharuskan membayar pajak berdasarkan pendapatan perusahaan, sehingga

menjadi beban bagi perusahaan dan perusahaan berusaha untuk menghindari adanya pembayaran pajak yang tinggi dengan melakukan *Transfer Pricing*. Secara umum, keputusan untuk menerapkan praktik *Transfer Pricing* akan mengakibatkan pembayaran pajak menjadi lebih rendah di seluruh dunia.

Selain beban pajak, keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing* dipengaruhi oleh *Tunneling Incentive* (kepemilikan saham). *Tunneling Incentive* dilakukan oleh pemegang saham pengendali untuk kepentingan pemegang saham pengendali. *Tunneling Incentive* meningkatkan keuntungan dengan mentransfer keuntungan atau asset kepada afiliasi pemegang saham pengendali. Hal ini dilakukan dimana biayanya juga ditanggung oleh pemegang saham non pengendali dan dapat merugikan pemegang saham non pengendali. Transaksi *Transfer Pricing* sangat menguntungkan bagi pemegang saham pengendali karena laba perusahaan tidak perlu dibagi dengan pemegang saham non pengendali.

Keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing* juga dipengaruhi oleh *Exchange Rate*. *Exchange Rate* timbul karena adanya perdagangan internasional yang dilakukan oleh beberapa negara. Hampir setiap negara memiliki mata uang sehingga muncul permasalahan kurs. Perusahaan memiliki hubungan tidak hanya dengan pihak dalam negeri, tetapi juga dengan pihak asing, termasuk pemasok maupun anak perusahaan. Tentunya hubungan dengan pihak asing menggunakan mata uang asing untuk bertransaksi. Hal ini menimbulkan resiko, yaitu adanya fluktuasi terhadap mata uang asing suatu negara. Perusahaan

melakukan dengan cara pemindahan dana yang dimana kurs mata uang perusahaan sedang menguat.

*Exchange Rate* yang berbeda akan mempengaruhi *Transfer Pricing* pada Perusahaan Multinasional. Karena perbedaan mata uang, sebagian besar perusahaan multinasional meminta pertukaran satu valuta dengan valuta yang lain untuk melakukan pembayaran, karena nilai tukar valuta yang terus-menerus berfluktuasi, jumlah kas yang dibutuhkan untuk melakukan pembayaran juga tidak pasti.

Beberapa Penelitian mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan *Transfer Pricing* sudah dilakukan. Penelitian mengenai pajak terhadap *Transfer Pricing*, menurut Hartati, dkk (2015) mengatakan bahwa beban pajak saling berhubungan dengan *Transfer Pricing*, Mispianiti (2015) mengemukakan bahwa pajak tidak berpengaruh terhadap *Transfer Pricing*.

Penelitian mengenai *Tunneling Incentive* terhadap keputusan *Transfer Pricing*, Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yuniasih *et al* (2012) menyatakan bahwa adanya pengaruh positif *Tunneling Incentive* terhadap keputusan Perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*, Mispianiti (2015) mengemukakan bahwa *Tunneling Incentive* berpengaruh signifikan terhadap keputusan Perusahaan dalam melakukan *Transfer Pricing*.

Menurut penelitian yang dilakukan Arsyinta., dkk (2019), mengatakan bahwa *Exchange Rate* dapat mempengaruhi keputusan *Transfer Pricing*,

sedangkan menurut Marfuah (2014) mengemukakan bahwa *Exchange Rate* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Penelitian ini merupakan replikasi dari Marfuah (2014) yang meneliti tentang “Pengaruh Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010-2012”. Adapun perbedaan ini dengan peneliti terdahulu adalah penelitian dahulu menggunakan sampel pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2010 – 2012, sedangkan penelitian ini menggunakan sampel pada Perusahaan sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 – 2019, alasannya karena kebanyakan dari praktik *Transfer Pricing* terjadi di Perusahaan Makanan dan Minuman yang mempunyai anak perusahaan di luar negeri dan sektor ini merupakan salah satu sektor yang memiliki dampak kasus *Transfer Pricing*.

Berdasarkan latar belakang yang uraian di atas, maka penulis ingin menguji kembali faktor yang mempengaruhi keputusan perusahaan untuk melakukan *Transfer Pricing*. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti mengambil penelitian yang berjudul “**Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing*” (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019).**

## **1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian**

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

1. Masih banyak perusahaan multinasional yang menganggap pajak adalah beban yang dapat menurunkan keuntungan bagi perusahaan. Sehingga perusahaan sengaja melakukan kecurangan-kecurangan dalam memenuhi pajaknya dengan membayar pajak rendah.
2. Masih banyak perusahaan yang tidak ingin menanggung pajak yang besar walaupun mempunyai laba dengan jumlah yang sangat besar namun melakukan penyalahgunaan pajak.
3. Banyak perusahaan yang melakukan praktik *Transfer Pricing* dapat membuat kerugian negara.
4. Praktik *Transfer Pricing* biasanya Perusahaan memanfaatkan celah peraturan yang ada.

### **1.2.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan Identifikasi Masalah atas penelitian ini, maka diperlukan adanya batasan fokus pembahasan agar dalam pembahasannya dapat lebih terinci

dan mendalam. Untuk itu penulis merumuskan beberapa hal yang akan menjadi fokus bahasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Bagaimana Beban Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 -2019.
2. Bagaimana *Tunneling Incentive* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2019.
3. Bagaimana *Exchange Rate* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 -2019.
4. Bagaimana *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 -2019.
5. Seberapa besar Pengaruh Beban Pajak terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 -2019.
6. Seberapa besar Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 -2019.

7. Seberapa besar Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 -2019.
8. Seberapa besar Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 -2019.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh jawaban atas permasalahan yang telah dirumuskan di atas, yaitu:

1. Untuk menganalisis Beban Pajak pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019.
2. Untuk menganalisis *Tunneling Incentive* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019.
3. Untuk menganalisis *Exchange Rate* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019.

4. Untuk menganalisis *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019.
5. Untuk menganalisis besarnya Pengaruh Beban Pajak terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019.
6. Untuk menganalisis besarnya Pengaruh *Tunneling Incentive* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019.
7. Untuk menganalisis besarnya Pengaruh *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019.
8. Untuk menganalisis besarnya Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, dan *Exchange Rate* terhadap *Transfer Pricing* pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Teoretis**

Kegunaan teoretis yang ingin dicapai dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan kajian dalam penelitian mengenai transaksi *Transfer Pricing* dan hasilnya dapat memperkaya pengetahuan yang berhubungan dengan ilmu akuntansi dan perpajakan khususnya mengenai *Transfer Pricing*.

### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Manfaat penelitian dapat dikaitkan dengan hal – hal yang bersifat teoritis 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 manfaat sebagai berikut:

#### **a. Bagi Penulis**

Penelitian ini merupakan suatu usaha untuk menambah wawasan, pengetahuan dan mendapatkan pengalaman secara sistematis dan analitis dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di Perguruan Tinggi. Dapat memberikan bukti empirik mengenai Pengaruh Beban Pajak, *Tunneling Incentive*, *Exchange Rate* Terhadap *Transfer Pricing*.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu pertimbangan dalam melakukan praktik *Transfer Pricing* dengan tujuan untuk menghindari pajak agar hal tersebut tidak dilakukan.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penulisan ini dapat dipakai sebagai dasar untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam terhadap ruang lingkup yang sama atau yang diperluas. Dengan demikian, maka kegunaan penelitian ini bagi perkembangan ilmu pengetahuan adalah digunakannya hasil – hasil penelitian sebagai bahan pertimbangan.

### **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016 – 2019. Dalam pengumpulan data, peneliti mengambil data secara sekunder dengan mengunjungi situs resmi [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) sedangkan waktu penelitian mulai dari tanggal disahkannya surat ketetapan penelitian hingga selesai.