

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Tunnelling incentive* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
2. Mekanisme bonus berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
3. *Corporate governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
4. Reputasi perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.
5. *Tunneling incentive*, mekanisme bonus, *corporate governance*, dan reputasi perusahaan secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap *transfer pricing* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2023.

#### **5.2 Saran**

Adapun saran yang dapat disampaikan terkait penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi praktisi, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam praktik *transfer pricing* yang diterapkan oleh perusahaan manufaktur sektor makanan dan minuman. Selain itu, pemerintah, khususnya Direktorat Jenderal Pajak, diharapkan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi praktik *transfer pricing* yang dilakukan perusahaan tersebut. Dengan demikian, pengawasan terhadap praktik *transfer pricing* dapat

diperketat, sehingga potensi penghindaran pajak yang dapat merugikan pendapatan negara dapat diminimalisir.

2. Bagi akademisi, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi secara umum dan akuntansi perpajakan secara khusus. Mengingat keterbatasan yang telah diidentifikasi, peneliti selanjutnya disarankan menambah variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi keputusan perusahaan dalam melakukan *transfer pricing*.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas populasi perusahaan yang dijadikan sampel serta memperpanjang periode penelitian untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif dan resrepresentatif.

