



Akuntansi Perpajakan

**PENGARUH PERENCANAAN PAJAK DAN TUNNELING
INCENTIVE TERHADAP KEPUTUSAN TRANSFER PRICING PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN
2016-2020**

Steven

ABSTRAK

Transfer pricing adalah tema yang masih sangat relevan dan penting untuk diteliti terutama dalam aktivitas perpajakan sebab disinyalir sebagian banyak perusahaan yang menerapkan tindakan *transfer pricing*. Di dalam perilaku bisnis, terutama perusahaan bersifat multinasional dianggap ilegal karena termasuk kegiatan penghindaran sejumlah pajak untuk menghemat pengeluaran biaya pajak. Padahal kondisi negara saat ini sangat membutuhkan dana yang berasal dari penerimaan pajak untuk kegiatan pembangunan nasional. Transfer pricing menurut OECD merupakan harga yang ditentukan dalam transaksi antar anggota grup dalam sebuah perusahaan multinasional, dimana harga transfer yang ditentukan tersebut dapat menyimpang dari harga pasar wajar sepanjang sesuai untuk grupnya. Transfer pricing sendiri berkaitan dengan tax avoidance (penghindaran pajak) untuk meminimalkan beban pajak dengan memanfaatkan kelemahan-kelemahan (*loophole*) ketentuan perpajakan suatu negara. Faktor pertama adalah adanya tax planning (perencanaan pajak). Perencanaan pajak adalah perusahaan yang mencari celah atas kelemahan peraturan di bidang perpajakan untuk kemudian kelemahan (*loophole*) tersebut dimanfaatkan semaksimal mungkin untuk merencanakan pembayaran pajak sekecil mungkin dan factor kedua, *Tunneling Incentive* berkaitan dengan terowongan, terowongan yang dimaksud adalah pihak saham pengendali memanfaatkan celah/ ceruk perusahaan dengan mentransfer sejumlah asset. Saham pengendali sendiri sebagai controlling kepada pemilik saham minoritas. Data penelitian ini menggunakan data sekunder karena mengambil data secara langsung melalui website IDX dan perusahaan sendiri. Data ini menghasilkan 175 sampel, sebanyak 35 perusahaan selama 5 tahun terakhir. Data penelitian menggunakan program SPSS 25.0 dengan metode *purposive sampling*. Proksi dari Perencanaan pajak menggunakan TRR yaitu *net income* berbanding dengan *pretax income* dan Tunneling Incentive menggunakan saham yang beredar berbanding dengan saham yang dimiliki perusahaan. Hasil pegujian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing yaitu sig sebesar $0,198 > 0,05$ dan tunneling incentive tidak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing yaitu sig sebesar $0,191 > 0,05$. Hasil uji frekuensi menunjukkan sebanyak 131 perusahaan telah melakukan hubungan istimewa dan afiliasi sedangkan sisanya tidak. Kesimpulan hasil penelitian yang diteliti yaitu pengaruh perencanaan pajak dan *tunnelling incentive* tidak berpengaruh terhadap keputusan *Transfer Pricing*.

Kata kunci : Perencanaan pajak, tunneling incentive, transfer pricing

ABSTRACT

Transfer pricing is the most relevant and important for analyze, especially in tax activities because it gives attention most of company applying transfer pricing. In business especially on multinational companies. The goal for the companies were practically transfer pricing outliner for saving tax cost expense. However, this conduct could be affect for countries because tax planning can be decrease. Besides now the condition of countries needing fund from tax planning for national development. According OECD, Transfer pricing is the price determined in transactions between group members in a enterprises companies, where the determined transfer price may deviate from the fair market price as long as it is appropriate for the company. Transfer pricing itself is related to tax avoidance in order to minimize the tax burden by taking advantage of loopholes in a country's tax provisions. The first factor is the existence of tax planning. Tax planning is the main management in the company to plan the minimum tax payments to be paid to the state not exceeding the specified value and the second factor, Tunneling Incentives related to the tunnels, the tunnel mentioned is the controlling shareholder taking advantage of the company's gap/niche by transferring a number of assets. The controlling share itself as controlling to the minority shareholders. This research data uses secondary data because it takes data directly through the IDX website and the company itself. This data produces 175 samples, as many as 35 companies over the last 5 years. Research data using SPSS 25.0 program with purposive sampling method. Tax planning proxy uses TRR, namely net income compared to profit before tax and Tunneling Incentive uses outstanding shares compared to shares owned by the company. The results of this test indicate tax planning has no positive effect on transfer pricing decisions, namely the significance level is $0.198 > 0.05$ and tunneling incentive has no positive effect on transfer pricing decisions, the significance level is $0.191 > 0.05$. The results of the frequency test show 131 companies had a special relationship and affiliation while the other did not. The conclusion of this research are the effect of tax planning and tunneling incentive not have positive significantly effect to decision of transfer pricing

Keywords : Tax Planning, Tunneling incentive, transfer pricing





PENDAHULUAN

Latar belakang

Pada era globalisasi saat ini banyak persaingan bisnis yang kompetitif. Oleh karena itu setiap perusahaan terutama banyak perusahaan multinasional menerapkan kegiatan *transfer pricing*. *Transfer pricing* dikenal di dalam bidang akuntansi terutama di bidang perpajakan yang penting untuk diteliti sebab masih banyak perusahaan yang menerapkan tindakan *transfer pricing*. Praktik ini sebelumnya dilaksanakan perusahaan hanya dimaksudkan agar dapat melaksanakan penilaian terhadap kinerja dari antar divisi yang ada pada suatu perusahaan tersebut. Sejalan dengan perkembangan zaman, praktik *transfer pricing* ini dipergunakan di dalam manajemen pajak, yakni dengan menekankan biaya pajak yang semestinya perusahaan bayarkan (Mangoting, 2000). Merujuk pada teori *political cost* mengungkapkan bahwa pajak ini sifatnya memaksa (self assessment), dengan demikian pihak pemerintah memerintahkan perusahaan untuk wajib dalam membayarkan pajaknya, hal ini dimaksudkan agar menyebabkan perusahaan tersebut tertekan dengan diharuskan membayarkan pajaknya pada pihak negara. Kegiatan *transfer pricing* sendiri diduga berupa kegiatan ilegal karena termasuk kegiatan penghindaran sejumlah pajak, namun di sisi lain dianggap legal karena dapat mempertahankan berdirinya perusahaan dengan meminimalkan sejumlah biaya.

Transfer pricing didefinisikan sebagai kebijakan perusahaan dalam melaksanakan penentuan harga transfer untuk harta tidak berwujud ataupun transaksi perusahaan yang perusahaan afiliasi dan juga multinasional tersebut laksanakan. *Transfer pricing* di dalam praktiknya ini dipergunakan berbagai perusahaan multinasional, yang dimaksudkan agar mencegah terdapatnya pungutan pajak yang tinggi, yang dilakukan dengan meminimalkan seminimal mungkin transaksi pajak antar sesama anggota perusahaan (*intra company*), tetapi dampaknya mengakibatkan berbagai Negara tertentu menderita kerugian dalam hal pemungutan pajak. Pemasukan pajak dapat bertambah seret dan menimbulkan BEPS (penggerusan pajak). *Transfer pricing* dalam bukunya (Darussalam, Danny Septriadi dan Bawono Kristiaji, 2013) disebutkan bahwa konsep dari *transfer pricing* ini memungkinkan untuk diterapkan ke dalam tiga tujuan. Pertama, berdasarkan pada sudut hukum perseroan *transfer pricing* ini dimaksudkan untuk sebagai peralatan guna menaikkan sinergi dan juga efisiensi antara pihak perusahaan dengan pihak yang memegang saham (Wolfgang Schon, 2014), dan kedua, ditinjau berdasarkan pada sudut akuntansi manajerial, ini dimaksudkan agar dapat mengoptimalkan keuntungan laba perusahaan dengan menetapkan harga jasa dan juga barang yang dilaksanakan unit organisasi perusahaan pada unit organisasi yang lain untuk perusahaan yang sejenis. *Transfer pricing* ini dapat didefinisikan dengan kebijakan harga untuk berbagai transaksi yang dilaksanakan beberapa pihak yang memiliki keterkaitan hubungan yang spesial.

Peraturan *transfer pricing* di Indonesia tercantum pada Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2008 pasal 18 ayat 4 ini ialah sebagai suatu hubungan spesial yang memperlibatkan pihak yang memiliki kewajiban pihak tersebut mungkin terjadi, hal ini disebabkan bahwa penguasaan dan juga kepemilikan modal saham oleh suatu badan tertentu terhadap badan yang lain, yakni sejumlah 25% (dua puluh lima persen) atau lebih. Menurut Ardianto and Rachmawati (2018) ini menyebutkan bahwa kelaziman dan juga kewajiban usaha yang tidak dipengaruhi dengan hubungan istimewa, yakni laba ataupun harga untuk transaksi yang dilaksanakan berbagai pihak yang tidak mempunyai keterkaitan hubungan yang spesial dengan ditentukan kekuatan pasar, oleh sebab itu, transaksi ini merefleksikan wajarnya harga pasar.

Indikasi pertama untuk melakukan *transfer pricing* ini ialah perencanaan pajak. Perencanaan pajak ini dapat didefinisikan dengan tahapan awal di dalam manajemen perpajakan dalam melaksanakan pengumpulannya serta penelitian yang berkaitan dengan aturan perpajakan, yakni dengan cara meminimalkan kewajiban pajak yang ada. Perencanaan ini dapat ditinjau berdasarkan pada dua perspektif yang ada. Perspektif yang pertama ialah secara tradisional, yakni melaksanakan berbagai tindakan yang didesain secara terstruktur, yang dimaksudkan agar dapat meminimalkan kewajiban pajak perusahaan dengan cara mengoptimalkan suatu peraturan tertentu supaya mendapatkan keuntungan laba yang baik sesudah pajak yang berdampak terhadap peningkatan nilai perusahaan tersebut. perspektif yang kedua ialah berupa perspektif *agency teory*, bahwa dengan melaksanakan aktivitas rencana pajak ini akan dapat memberikan kesempatan (opportunistik) pihak manajerial guna melaksanakan suatu tindakan pengambilan kesempatan dengan cara melaksanakan pemanipulasian terhadap keuntungan laba yang tidak sejalan dan juga tidak transparan dalam



melaksanakan pengoperasionalan perusahaan, dengan demikian perencanaan pajak ini memberikan dampak yang negatif terhadap penurunan nilai perusahaan itu sendiri (Desai dan Dharmapala, 2006).

Indikasi kedua ialah berupa *tunneling incentive*. *Tunneling incentive* ini didefinisikan dengan sikap dan juga perilaku yang dapat dianggap memberikan keuntungan untuk pihak yang memegang saham mayoritas, hal ini disebabkan mengirimkan asset dan juga keuntungan laba untuk kepentingannya sendiri. *Tunneling* dapat berbentuk dengan transfer atau pemindahan kekayaan menuju pihak relasi yang dilaksanakan dengan cara *transfer pricing* ataupun dengan cara membagikan dividennya (Lo, Wong dan Firth, 2010). Transfer pricing ini secara umum lebih massif digunakan dibandingkan dengan pembagian dividen, hal ini disebabkan bahwa dividen ini wajib untuk didistribusikan pada semua pihak yang memegang saham, dengan demikian perusahaan tersebut tidak secara utuh mendapatkan manfaat. Selain itu, *tunneling* juga berupa pemindahan sejumlah harta perusahaan yang berasal dari anak usaha di dalam suatu Negara tertentu menuju induk usaha atau anak usaha di suatu Negara yang lain (Anthony et al, 2010). Definisi mengenai *tunneling* ini diucapkan pertama kali oleh La Porta et al., (2000) yang menyebutkan bahwa *tunnelling* ini terdiri atas dua bentuk. Pertama, pihak yang memegang saham pengendali hanya dapat memindahkan sumber daya perusahaan demi kepentingannya sendiri, yang dilaksanakan dengan cara transaksi *self-dealing*, Kedua, pihak yang memegang saham pengendali mampu menaikkan kepemilikan perusahaan tanpa mengharuskan untuk memindahkan sumber daya apapun juga, yakni dengan cara *dilutive share issues*. Aktivitas *tunnelling* ini sebagai misalnya ialah dengan tidak membagikan dividen, memperjualkan sekuritas ataupun asset perusahaan yang dikontrolnya kepada perusahaan yang lain yang dimilikinya sendiri, dengan harga yang nilainya di bawah harga pasaran.

Selama tahun 2017- 2020 diperkirakan kasus transfer pricing ini dapat meningkat. OECD mencatat transfer pricing naik 20% ini diindikasikan melaksanakan pricing transfer ke antar anggota kelompok perusahaan multinasional, yang mana bahwa transfer pricing yang ditetapkan ini mampu menyalahi atau tidak sesuai dengan kewajaran dari harga pasar. OECD juga mengungkapkan mayoritas otoritas pajak guna mencegah banyak kasus diperbandingkan dengan yang sebelumnya, kesimpulannya bahwa transfer pricing banyak dilakukan. Adanya kegiatan transfer pricing dapat membuat terjadinya penggerusan pajak Base Eruption and Profiting Shifting), sebagaimana diketahui dapat memberikan dampak terhadap penguapan dari PPh Badan Global, dan juga dapat menyebabkan kerugian untuk beberapa Negara yang sedang berkembang yang menitikberatkan terhadap pengelolaan pajak guna memenuhi kriteria 20%-30% (Siregar, 2017).

Contoh kasus *transfer pricing* yang terjadi adalah pada Microsoft yang dilaporkan telah melakukan transfer pricing sebesar £100 juta setara Rp 1,9 triliun dalam setahun Perusahaan telah mengirim lebih dari £8 miliar pendapatan dari komputer dan perangkat lunak yang dibeli oleh pelanggan Inggris ke Irlandia sejak 2011, sebagai bagian dari kesepakatan dengan HM Revenue & Customs (HMRC)," ungkap investigasi The Sunday Times, Senin (20/6). Dalam *advance pricing agreements*—aturan yang dibuat di muka antara perusahaan multinasional dan satu atau lebih administrasi pajak di suatu negara—telah ditentukan penetapan alokasi keuntungan untuk mencegah terjadinya pemajakan berganda. Microsoft dan HMRC menyetujui persetujuan *advance pricing* tersebut pada 2012, untuk kesepakatan yang berlangsung antara 2011-2017. Tarif pajak yang jauh lebih tinggi inilah yang menyebabkan Microsoft diduga sengaja lari dari kewajiban pajaknya. Kasus ini terjadi di tengah rencana Komisi Eropa untuk menyelidiki aturan mengenai *advance pricing agreements* di seluruh Eropa. Komisi Eropa ingin memastikan tidak ada aturan yang dilanggar pada negara tempat relokasi keuntungan.

Kasus kedua antara Indofood TBK dan JP Morgan Chase Bank terkait dengan penuntut Indofood International Finance yang berlokasi pada Mauritius dengan terdakwa JP Morgan Chase Bank. Kasus ini memperlibatkan berbagai perusahaan, diantaranya ialah PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang ada pada Negara Indonesia, Newco di Belanda dan juga Indofood International Finance Ltd yang berada di Mauritius. Group Indofood melalui ISM (PT Indofood Sukses Makmur) di tahun 2002 berkeinginan guna menaikkan keuangan dengan cara menerbitkan obligasi Internasional. Hal ini dilaksanakan dengan mempergunakan Indofood International Finance Ltd (IIF) yang ada di Mauritius ini sebagai Special Purpose Vehicle. Bila ISM ini melaksanakannya sendirian, dengan

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

demikian memiliki kewajiban guna membayarkan pajak senilai 20% untuk pembayaran bunganya. Tarif ini nantinya akan dikurangi 10% bila obligasi yang IIF gunakan tersebut dibentuk di Mauritius.

Kemudian kasus ketiga yaitu terjadi pada perusahaan minuman PT Coca Cola Indonesia dianggap terindikasi melaksanakan kecurangan pajak, dengan demikian ini menyebabkan pembayaran pajak berkurang hingga Rp 49,24 miliar. Kementerian Keuangan mendapati terdapatnya biaya yang membengkak di tahun tersebut. beban biaya yang tinggi ini mengakibatkan PKP mengalami pengurangan jumlah, dengan demikian setoran pajak juga menjadi kecil. Untuk DJP, beban biaya ini begitu memberikan kecurigaan yang merujuk pada tindakan *transfer pricing* guna meminimalkan besaran pajak.

Tujuan penelitian

1. Untuk mengetahui pengambilan keputusan *Transfer Pricing* dalam perusahaan manufaktur
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh adanya perencanaan pajak terhadap keputusan *Transfer pricing* di perusahaan manufaktur
3. Untuk mengetahui pengaruh *tunnelling incentive* terhadap keputusan *transfer pricing* di perusahaan manufaktur

Manfaat Penelitian

1. Bagi Mahasiswa, hasil penelitian ini sebagai rujukan atau referensi, yang dimaksudkan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan transfer pricing, tunnelling incentive dan juga pajak.
2. Bagi perusahaan dapat menelaah mengenai pajak, Tunneling Incentive, kemudian dapat mengambil keputusan mengenai transfer pricing dalam meningkatkan kinerja perusahaan.

KAJIAN PUSTAKA

Teori Agensi

Merujuk pernyataan yang dikemukakan Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan bahwa hubungan agensi ini ialah sebagai bentuk dari hubungan kontraktual, yang mana pihak pemilik (*principal*) ini melibatkan pihak yang lain (*agent*) agar bekerja sama dalam melaksanakan pengaturan pengoperasionalan perusahaan dengan cara melaksanakan pelimpahan kewenangannya dengan mengambil suatu kebijakan pada pihak agen.

Menurut Ujijantho dan Pramuka (2007) menjelaskan bahwa teori agensi ini dapat didefinisikan sebagai bentuk dari kontrak yang melibatkan pihak manajer perusahaan dengan pihak penanam modal. Sehingga teori keagenan berkaitan dengan suatu kontrak antara pihak agen (manajer perusahaan) dan pihak investor sebagai pemegang saham atau pemilik perusahaan, yang terkait dengan upaya dalam melaksanakan pengelolaan perusahaan (Jessica, 2019). Agensi berkaitan dengan kontrak (*relationship*) dimana sang pemegang saham (*owners*) menunjuk seorang agen untuk melakukan keputusan. Pihak manajemen perusahaan dalam hal ini diekspektasikan oleh pemilik perusahaan supaya dapat memanfaatkan sumber daya secara optimal yang terdapat dalam bank tersebut. Jika kedua belah tersebut dapat mengoptimalkan peranannya, maka dapat dimaklumi jika pihak manajemen tidak akan senantiasa berperilaku untuk kepentingan pemiliknya.

Merujuk penjelasan yang dikemukakan Colgan (2001) menyebutkan bahwa terdapat empat faktor yang mengakibatkan timbulnya permasalahan yang berkaitan dengan keagenan ini, diantaranya ialah: 1) Moral Hazard, 2) Penahanan laba, 3) Horizon waktu dan 4) Penghindaran risiko manajerial.

Transfer Pricing

Menurut Organization For Economic Co-operation And Development (OECD) menjelaskan bahwa transfer pricing ini ialah sebagai suatu harga yang ditetapkan di dalam suatu transaksi antar anggota kelompok yang terdapat di dalam suatu perusahaan multinasional tersebut, yang mana bahwa harga transfer ini ditetapkan kemungkinan menyimpang dari kewajaran harga pasar. Faktor pajak ini ialah sebagai hal yang dapat memicu dilaksanakannya transfer pricing, khususnya bila tujuan tersebut berfokus terhadap jumlah dari total laba sesudah pajak dibandingkan dengan menghasilkan kutnungan laba (OECD,1979). Sehingga, transfer pricing berkaitan dengan harga pada



setiap produk atau jasa dari suatu divisi transfer ke divisi yang lain dalam perusahaan yang mempunyai hubungan spesial tersebut, penerapan ini dapat dilakukan juga di perusahaan multinasional. Transfer pricing ini bahwa prinsip dasarnya ialah dengan mengoptimalkan keuntungan labanya. Dengan demikian perusahaan secara berkala harus menjual produknya sampai dengan bertambahnya biaya, hal ini disebabkan bahwa dengan terdapatnya tambahan unit yang dijual dan juga diproduksi, produksi unit tersebut lebih kecil diperbandingkan dengan penghasilan yang didapatkan atas penjualan unit itu sendiri.

Sedangkan dalam hal penentuan harga, harga harus ditentukan berdasarkan marginal cost produsen sendiri. Jenis metode terdiri dari 2 metode : 1) Metode transaksi tradisional meliputi: perbandingan harga antar independent, harga jual Kembali (resale price method) dan metode biaya tambahan 2) Metode laba transaksional meliputi 2 jenis yaitu metode margin bersih (*Transactional Net Method*) dan metode bagi hasil(Profit Split). Dalam pasal 18 ayat 3 UU PPh yaitu mencegah berlangsungnya penghindaran pajak yang kemungkinan mampu berlangsung, hal ini disebabkan terdapatnya keterkaitan hubungan yang spesial. Bila ada keterkaitan hubunganyang spesial maupun pembebanan biaya yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang semestinya. Pihak Direktur Jenderal Pajak ini memiliki kewenangan guna menetapkan ulang besaran biaya ataupun penghasilan yang berdasarkan pada kondisinya, bila antara pihak Wajib Pajak ini tidak memiliki keterkaitan hubungan yang spesial.

Perencanaan pajak

Perencanaan pajak (Tax Planning) menurut Mohammad Zain dalam bukunya Manajemen Perpajakan (2005:43) adalah proses mengorganisasi usaha wajib pajak sedemikian rupa sehingga utang pajaknya, baik pajak penghasilan maupun pajak lainnya, berada dalam posisi yang paling minimal, sepanjang terdapat ketentuan peraturan perundang-undangan perpajakan. Tujuan perencanaan pajak sendiri untuk merencanakan beban pajak agar beban pajak dapat serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan perpajakan yang ada untuk memaksimalkan jumlah laba setelah pajak dan dibayarkan kepada negara tidak melebihi nilai yang ditentukan. Menurut Anwar Made, tahapan perencanaan pajak terdiri dari: 1) Menganalisis laporan informasi yang sudah ada, 2) Membuat satu atau lebih model kemungkinan jumlah pajak, 3) Mengevaluasi pelaksanaan perencanaan pajak, dan 4) memperbaiki rencana pajak.

Tunneling Incentive

Menurut Guing dan Aria (2012), *Tunneling* merupakan suatu kondisi dimana pemegang saham nonpengendali melalui pengalihan aset dan keuntungan dari suatu perusahaan dengan proses pengerukan aset melalui terowongan bawah tanah. Tunneling dapat juga dilakukan dengan cara menjual produk perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajer dengan harga yang lebih murah dibandingkan dengan mempertahankan posisi/jabatan pekerjaannya tidak kompeten atau berkualitas dalam menjalankan usahanya atau menjual aset perusahaan kepada perusahaan yang memiliki hubungan dengan manajernya (Dwinanto, 2010). Dalam PSAK No. 15 (2015) menyatakan bahwa pemegang saham pengendali adalah pihak dengan porsi saham sebesar 20% atau lebih baik secara langsung maupun tidak. Pihak pemegang saham diatas 20% juga dianggap dalam mengendalikan perusahaan memiliki pengaruh signifikan.

KERANGKA PEMIKIRAN

Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Transfer Pricing

Manajemen pajak dapat dilaksanakan dengan cara merencanakan pajak dengan cara meminimalkan besaran pajaknya, dengan demikian utang pajak ada dalam keadaan yang rendah, hal ini, pihak pemerintah melegalkannya (Rifan, 2019). Merujuk pada uraian yang dijelaskan Gusnardi (2009) mengungkapkan bahwa perusahaan multinasional melaksanakan transfer pricing ini ialah dimaksudkan agar dapat meminimalkan kewajiban pahak global perusahaannya. Merujuk pada pernyataan yang dikemukakan Husna dan Mulyani (2020) menyebutkan bahwa dengan rencna pajak yang bagus, dengan demikian pihak manajer dapat melaksanakan pemanipulasian laporan keuangannya agar menjadi sedikit atau terbatas. Hal ini disebabkan bahwa tindakan transfer pricing ini memberi efek terhadap perusahaan dengan cukup luas, hasil penelitian yang dilaksanakan

Yuniasih, Rasmini, dan Wirakusuma (2012) menjelaskan bahwa terdapatnya pengaruh yang positif dari pajak pada keputusan pricing perusahaan. Dengan beban pajak yang tinggi, ini akan menyebabkan perusahaan melaksanakan tindakan transfer pricing, yang dimaksudkan agar dapat menekankan bebannya. Merujuk pernyataan yang dikemukakan Jafri (2019) menyebutkan bahwa dengan terdapatnya perencanaan pajak yang baik ini, dengan demikian pihak manajer dapat melaksanakan pemanipulasian laporan keuangannya agar menjadi sedikit atau terbatas, sehingga adanya kesadaran manager membayar pajak akan menurunkan hasrat manager dalam melakukan kegiatan transfer pricing.

H1: Perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing

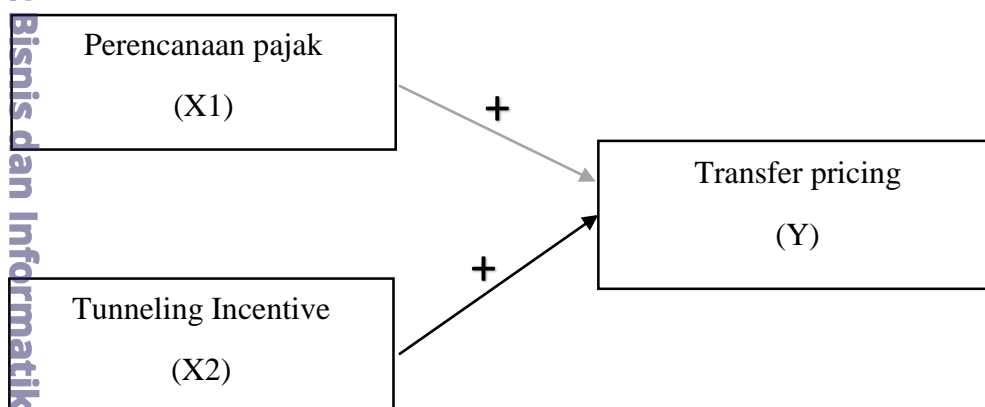
Pengaruh Tunneling Incentive terhadap Transfer Pricing

Tunneling dapat didefinisikan sebagai aktivitas pemindahan keuntungan laba dan juga aset perusahaan demi kepentingan pihak yang memegang saham mayoritas yang mengontrol pihak yang memegang saham minoritas. Tunneling dilakukan dengan cara pemberian pinjaman, penjualan aset, kontrak harga, dan juga berbagai bentuk yang lain, yakni pihak yang memegang saham pengendali perusahaan tanpa wajib memindahkan sumber daya atau aset tersebut dengan cara menerbitkan saham dilutive ataupun transaksi keuangan yang lain, yang dapat menyebabkan jumlah kerugian tertentu untuk pihak yang memegang saham non-pengendali (Johnson, 2000:22). Dalam (Hasan Jafri dkk, 2018:2), Tindakan tunneling incentive ini dilaksanakan dengan cara memindahkan aset atau sumber daya perusahaan, dengan cara menekan pihak pemegang saham mayoritas agar menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi, dengan demikian memungkinkannya untuk melaksanakan tindakan transfer pricing, dengan memanfaatkan kekuasaan yang ada guna memberikan pengaruh pada keputusan yang nantinya akan ditempuh yang memihak kepada kepentingan pribadi lainnya di luar perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang melaksanakan *tunneling* ini dimaksudkan untuk meminimalisasikan biaya transaksi untuk alokasi perusahaan multinasional.

Menurut Hasna (2020) menjelaskan dengan terapatnya penguasaan keputusan ini dilaksanakan terhadap hak yang berwenang, yang mempunyai kapasitas yang tidak menyebabkan kerugian terhadap salah satu pihak, khususnya bagi saham minoritas. Pemegang saham mayoritas sebagai saham pengendali sebagai controlling dan menguasai perseroan, sedangkan saham minoritas yaitu saham yang memiliki nilai saham yang lebih rendah daripada saham mayoritas yang seluruh sahamnya tidak dimiliki oleh bank, saham minoritas dilindungi oleh hak minoritas. Menurut Schroeder dan Clark (1998), hak minoritas didapatkan dari investor diluar perusahaan induk, dan dihitung sebagai presentase kepemilikan dari asset bersih dan laba ditahan.

H2: Tunneling Incentive berpengaruh positif terhadap Transfer Pricing

GAMBAR 1 Kerangka penelitian





METODE PENELITIAN

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan semua data perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI (Bursa Efek Indonesia). Data yang digunakan adalah data sekunder. Objek pengamatan dengan menggunakan sistem observasi dengan menganalisis informasi data laporan keuangan selama 4 tahun terakhir (periode 2016-2020). Data sampel sebanyak 35 perusahaan, total menjadi 175 sampel. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive judgement sampling*.

VARIABEL PENELITIAN

Variabel penelitian yang digunakan adalah:

1. Variabel dependen

Variabel dependen ini ialah variabel yang sebagai akibat atas terdapatnya variabel bebas.

Variabel dependen di dalam penelitian ini ialah berupa transfer pricing.

Transfer Pricing (Y)

Merujuk pernyataan yang dikemukakan Noviasatika, dkk. (2016) dalam Saraswati dan Sujana (2017) menyebutkan bahwa Transfer Pricing dapat dilaksanakan pengukuran dengan beberapa cara, diantaranya ialah melaksanakan pendeteksian terhadap berlangsungnya penjualan pada pihak yang mempunyai keterkaitan hubungan yang spesial. Penjualan pada pihak istimewa diindikasikan dengan menggunakan variable dummy yaitu dengan menentukan apakah perusahaan melakukan kegiatan transfer pricing yaitu angka "1" menunjukkan dengan melihat adanya penjualan memiliki hubungan istimewa atau "0" menyatakan tidak dan adanya hubungan dengan perusahaan lainnya.

2. Variabel independent (Bebas)

Variabel independent merupakan variable yang dapat memberikan pengaruh atau penyebab terhadap variabel dependen.

Perencanaan Pajak (X1)

Perencanaan pajak dapat didefinisikan dengan pajak yang dapat dilaksanakan pengukuran dengan mempergunakan formulasi tingkatan retensi pajak (*tax retention rate*), yang berguna untuk melaksanakan penganalisisan terhadap ukuran dan juga keefektivitasan manajemen pajak terhadap pelaporan keuangan perusahaan untuk tahun berjalan (Wild et al., 2004). Untuk penelitian ini, pengukuran keefektivitasan manajemen pajak dapat diformulasikan sebagaimana di bawah ini:

$$TRR = \frac{\text{Net Income tahun berjalan}}{\text{Pretax income}}$$

TRR = Tax Retention Rate (tingkat retensi pajak) perusahaan pada tahun berjalan

Net Income = Laba bersih perusahaan pada tahun berjalan.

Pretax Income (EBIT) = Laba sebelum pajak perusahaan saat tahun berjalan

Tunneling Incentive (X2)

Tunneling incentive ini dapat didefinisikan sebagai perilaku atau sikap dari pihak yang memegang saham mayoritas yang memindahkan keuntungan laba dan juga asset perusahaan untuk keperluan kepentingannya sendiri, akan tetapi pihak yang memegang saham minoritas ikut menanggung biaya yang dibebankannya tersebut. Karena diukur menggunakan presentase kepemilikan saham maka variabel tunneling incentive dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan rumus tunneling yaitu dengan melihat jumlah kepemilikan saham atas jumlah saham yang beredar.

$$TUN = \frac{\text{jumlah kepemilikan saham}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis deskriptif

1. Uji Deskriptif

Uji statistic deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran dan menganalisis data mengenai isi yang lebih jelas dari variabel yang dilihat dari mean, minimum, maksimum dan standar deviasi.



Gambar 2

Tabel uji statistik

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Perencanaan pajak	175	23,1320	0,0379	23,1699	0,8882	1,7147623
Tunneling Incentive	175	0,8231	0,1019	0,9250	0,5896	0,2316386
Valid N (listwise)	175					

a. Pajak (X1)

Dari data di atas range yang dihasilkan sebesar 23,1320 dilihat dari selisih maksimum sebesar 23,1699 dikurangi dengan 0,0379 sedangkan standar deviasi (simpangan baku) sebesar 1,7147623 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,88826. Maka standar deviasi lebih besar dari nilai rata-rata (mean) berarti data yang diberikan tidak bervariasi.

b. Tunneling Incentive (X2)

Dari data di atas range yang dihasilkan sebesar 0,8231 dilihat dari selisih maksimum sebesar 0,9250 dikurangi dengan 0,1019 sedangkan standar deviasi (simpangan baku) sebesar 0,2316386 dengan nilai rata-rata (mean) sebesar 0,589640. Maka standar deviasi lebih kecil dari nilai rata-rata (mean) berarti data tunneling incentive lebih bervariasi.

c. Transfer pricing (Y)

Dari data di atas bukan merupakan statistik deskriptif dikarenakan merupakan variabel dummy hanya angka 0 dan 1. Sehingga data tersebut tidak terdapat range dan nilai standar deviasi. Data tersebut dapat dilakukan ke uji frekuensi.

2. Uji Frekuensi

Uji frekuensi digunakan untuk mengukur sekelompok data agar lebih mudah dalam membaca variabel, karena salah satu variabelnya berupa dummy maka uji frekuensi dianalisis berdasarkan tabel di bawah ini:

GAMBAR 3

TABEL UJI FREKUENSI

Transfer pricing					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	49	25,1	25,1	25,1
	1	131	74,9	74,9	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Data di atas disimpulkan bahwa dari 175 sampel perusahaan, sebesar 74,9% merupakan perusahaan yang melakukan kegiatan transfer pricing sedangkan sisanya sebesar 25,1% yang tidak melakukan kegiatan transfer pricing. Sebanyak 131 perusahaan yang melakukan kegiatan transfer pricing dan 49 perusahaan tidak melakukan kegiatan transfer pricing. Bahwa lebih banyak perusahaan setiap tahunnya memutuskan untuk melakukan kegiatan transfer pricing.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil Penelitian

1. Uji Pooling (Uji Kesamaan koefisien Regresi)

Karena variable independen berupa variabel dummy dan didasarkan pada time series maka dilakukan uji pooling data, D1 menunjukkan 2016 sebagai tahun dasar diberi nilai 1, tahun lainnya yaitu 2016-2020 diberi nilai 0, D2 menunjukkan 2017 sebagai tahun dasar diberi nilai 1, tahun 2016,2018,2019 dan 2020 diberi nilai 0 , D3 menunjukkan 2018 sebagai tahun dasar diberi nilai 1, tahun 2016,2017,2019 dan 2020 diberi nilai 0 , dan D4 2019 sebagai tahun dasar diberi nilai 1, tahun 2016,2017,2018 dan 2020 diberi nilai 0

GAMBAR 4

TABEL UJI POOLING

Variabel	Signifikasi	α (alpha)	Hasil uji
D1	0,735	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D2	0,478	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D3	0,410	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D4	0,652	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D1_PP	0,981	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D1_TI	0,490	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D2_PP	0,506	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D2_TI	0,634	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D3_PP	0,331	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D3_TI	0,745	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D4_PP	0,664	>Sig.0,05	Dapat dilakukan
D4_TI	0,833	>Sig.0,05	Dapat dilakukan

Dari tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa semua hasil uji pooling data dalam periode 2016-2020 dapat dipooling menjadi satu kelompok data untuk dianalisis selanjutnya. Hal tersebut diperkuat dari hasil pooling data menunjukkan signifikasi > 0,05 berarti uji pooling data dapat digabungkan dan dapat diteliti lebih lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas merupakan menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel independent. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan cara melihat VIF (Variance Inflation Factors) dan nilai Tolerance. Jika VIF > 10 dan nilai Tolerance < 0,10 maka terjadi gejala Multikolinieritas (Ghozali, 2016).

GAMBAR 5

TABEL UJI MULTIKOLINEARITAS

Variable	Tolerance	VIF
Perencanaan pajak (X1)	0,998	1,002
Tunneling incentive (X2)	0,998	1,002

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Cipta Dilindungi Undang-Undang
 Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hasil dari data di atas menunjukkan bahwa hasil tolerance dan VIF Perencanaan Pajak (X1) sebesar $0,998 > 0,1$ dan $1,002 < 10$. Kemudian Tunneling Incentive (X2) menunjukkan sebesar $0,998 > 0,1$ dan $1,002 < 10$. Hasil ini menunjukkan bahwa data ini tidak terjadi gejala multikolinieritas maka pengujian dapat dilakukan lebih lanjut.

3. Uji Analisis Linear Regresi logistic
a. Model Regresi Linear Logistik

Model regresi linear logistic digunakan untuk menganalisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Dapat menentukan arah setiap variabel baik positif maupun negative

GAMBAR 6
TABEL UJI MODEL REGRESI LINEAR LOGISTIK

Variabel	Koefisien
Konstan	0.653
Perencanaan pajak	1,413
Tunneling Incentive	-1,023

Dari hasil regresi dapat disimpulkan sebagai berikut:

$$(TP/1-TP) = 0,653 + 1,413PP - 1,023TI$$

Berdasarkan tabel di atas konstan mengarah negatif, hasil variable perencanaan pajak (X1) memiliki variable sebesar 1,413 memiliki arah positif. Kemudian variable Tunneling Incentive (X2) memiliki variable sebesar 1,023 memiliki arah negatif.

b. Menilai Keseluruhan Model (Overall Model Fit)

Pengujian keseluruhan model digunakan dengan cara mem-bandingkan nilai -2log likelihood awal (Block number = Step 0) dengan nilai -2Log Likelihood akhir (Model Summary= Step 1) Adanya pengurangan nilai antara -2 Log Likelihood (-2LL) awal dengan -2 Log Likelihood (-2LL) akhir menunjukkan bahwa model yang dihipotesiskan fit dengan data.

Gambar 7
TABEL UJI OVERALL MODEL FIT

Step 0	197,678
Model Summary	192,643

Data di atas dapat disimpulkan bahwa nilai -2LL awal (hasil Step 0 bernilai 197,678, setelah dimasukkan variable independent lainnya (Step 1 yaitu Model Summary) bernilai 192,643. Bahwa dapat kita simpulkan nilai model semakin menurun menunjukkan bahwa variable Perencanaan pajak dan tunneling incentive ke dalam Goodness Fit menunjukkan model regresi yang baik

c. Koefisien determinasi (Nagelker R Square)

Uji Koefisien digunakan untuk menerangkan seberapa jauh model variabel-variabel dapat diterangkan. Uji dilihat menggunakan *nagelker R square*.

GAMBAR 8

TABEL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary			
Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	192.643	0.027	0.039



Hasil nilai Nagelkerke R square sebesar 0,039 atau 3,9 % . Variabel dependen yang dapat dijelaskan variable independent sebesar 3,9%, sedangkan sisanya sebesar 96,1% dijelaskan dengan variable lain diluar model penelitian ini. Kesimpulannya bahwa variasi variabel perencanaan pajak dan tunneling incentive dapat menjelaskan keputusan transfer pricing sebesar 3,9%.

d. Menguji Kelayakan Model Regresi

Menilai kelayakan dan model regresi dapat dilakukan dengan memperhatikan goodness of fit model yang diukur dengan *Chi-Square* pada kolom *Hosmer and Lemeshow's* (Ghozali, 2016). Uji *Hosmer and Lemeshow's* sendiri bertujuan untuk menguji kesesuaian model.

Gambar 9

TABEL UJI KELAYAKAN MODEL REGRESI

Step	Chi-square	Sig.
1	6.600	0,580

Hasil di atas menunjukkan bahwa hasil uji *Hosmer and Lemeshow's* yang diukur dengan *Chi-Square* sebesar 6,600 dengan sig sebesar 0,580 > 0,05. Maka menunjukkan bahwa hasil penelitian ini mampu memprediksi nilai observasinya atau dapat dikatakan model dapat diterima karena *fit* dengan data observasinya.

e. Matriks Korelasi antar variabel

Matriks korelasi digunakan untuk menunjukkan kekuatan prediksi model regresi untuk memprediksi kemungkinan penerimaan transfer pricing antar variabel

Gambar 10

TABEL UJI MATRIKS KORELASI

Observed			Predicted		
			Transfer pricing		Percentage Correct
			Tidak TP	Melakukan TP	
Step 1	Transfer pricing	Tidak TP	1	43	2.3
		Melakukan TP	0	131	100.0
Overall Percentage					75,4

Hasil kolerasi di atas menunjukkan bahwa tingkat prediksi transfer pricing yaitu 100 % dan tidak melakukan transfer pricing hanya sebesar 2,3%. Sebanyak 1 dari 44 perusahaan yang menerima tidak melakukan kegiatan transfer pricing , sedangkan 131 perusahaan melakukan kegiatan transfer pricing, hasil kemampuan kekuatan prediksi antar variabel independent sebesar 75,4%. Secara keseluruhan model Perencanaan pajak, dan tunneling incentive sebesar 75,4%.

4. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menyimpulkan jawaban variabel independent atas hipotesis yang telah diteliti memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Gambar 11

TABEL UJI HIPOTESIS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



Variabel	B	Sig.
Perencanaan pajak	1.413	0,198
Tunneling Incentive	-1.023	0,191

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa Perencanaan pajak(X1) *ass.sig* bernilai 0,198 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing, kemudian untuk Tunneling Incentive (X2) *ass.sig* bernilai 0,191 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Tunneling incentive tidak berpengaruh terhadap keputusan transfer pricing. Pengujian hipotesis dapat dilihat dalam *variabel in equation*.

Pembahasan

1. Pengaruh Perencanaan pajak terhadap Transfer Pricing

Hasil yang telah diuji membuktikan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh signifikan terhadap transfer pricing dan variabel mengarah positif, hipotesis pertama menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing ditolak. Perencanaan pajak dengan mengubah laba sebesar mungkin setelah laporan keuangan diaudit ataupun ada penambahan asset tidak mempengaruhi perusahaan melakukan kegiatan transfer pricing, apalagi adanya biaya beban pajak dapat mempengaruhi tingkat retensi pajak. Penelitian ini juga didukung oleh Dwi et.al (2016), Juang Prasetyo (2020) dan Panjulusman et al (2018) mengatakan bahwa Perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap transfer pricing, meskipun beban pajak yang dibayarkan sangat tinggi, perusahaan belum tentu melakukan kegiatan transfer pricing, namun sebaliknya menurut Yuniasih et.al (2011) dan Mulyani et.al (2020), menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap transfer pricing, adanya beban pajak yang sangat tinggi memicu terjadinya melakukan transfer pricing dengan harapan dapat menekan beban perusahaan.

2. Pengaruh Tunneling Incentive terhadap transfer pricing

Hasil pengujian menunjukkan bahwa tunneling incentive tidak berpengaruh secara signifikan terhadap transfer pricing dan variabel mengarah positif juga, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan tunneling incentive berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing ditolak. Tunneling incentive diukur melalui kepemilikan saham pengendali, menunjukkan bahwa dengan adanya pemegang saham pengendali tidak dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan dalam melakukan transfer pricing. Penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Noviasitika, F et al., (2016) yang menyatakan variabel tunneling incentive berpengaruh positif terhadap transfer pricing, dimana perusahaan sampel dengan kepemilikan terkonsentrasi pada sebagian kecil pihak cenderung melakukan tunneling melalui transfer pricing di dalamnya. Hal ini juga disampaikan oleh Gusti Ayu Rai et al (2017) yang menyatakan variabel tunneling incentive berpengaruh positif terhadap indikasi melakukan kegiatan transfer pricing. sedangkan Menurut Suryani et al., (2020) menyatakan variabel tunneling incentive tidak berpengaruh positif terhadap kegiatan transfer pricing karena semakin banyak perusahaan yang melakukan Advance Pricing Agreement sesuai dengan Undang-Undang Pajak Penghasilan Pasal 18 ayat 3a, sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam melakukan transaksi luar negeri.

KESIMPULAN dan SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa:

1. Pengaruh perencanaan pajak tidak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing
2. Tunneling Incentive tidak berpengaruh positif terhadap keputusan transfer pricing

Merujuk pada hasil pembahasan dan juga kesimpulan yang sudah dipaparkan tersebut, dengan ini peneliti sadar bahwa penelitian ini masih belum sempurna dan terdapat berbagai hal yang tidak dimasukkan, yang disebabkan dengan keterbatasan penelitian. Dengan demikian, peneliti

berkeinginan untuk memberikan rekomendasi dan juga saran supaya penelitian yang akan datang dilakukan dengan cara yang lebih baik, dengan berbagai saran sebagaimana di bawah ini:

1. Peneliti dapat menambahkan variabel lainnya agar penelitian dapat akurat
2. Pengukuran perencanaan pajak dapat diukur dengan ETR dan Transfer pricing dapat menggunakan rasio indikator dari Gunadi (2016) dengan melakukan perbandingan sesuai dengan kriteria tertentu.
3. Penelitian selanjutnya dapat diteliti dengan salah satu data subsektor seperti pertambangan, makanan dan lain sebagainya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.