

## ADVERTISING INTENSITY, GOOD CORPORATE GOVERNANCE, DAN PENGHINDARAN PAJAK PERUSAHAAN

RAFIF ZIKRILLAH  
YOSSI SEPTRIANI\*  
FITRA OLIYAN

Politeknik Negeri Padang, Jl. Kampus, Limau Manis, Padang, Indonesia  
[rafifzkrillah12@gmail.com](mailto:rafifzkrillah12@gmail.com); [yseptriani@gmail.com](mailto:yseptriani@gmail.com)\*

Received: November 24, 2023; Revised: December 10, 2023; Accepted: December 10, 2023

**Abstract:** *This research aims to examine the influence of advertising intensity and corporate governance on corporate tax avoidance. This research also tests the moderating influence of corporate governance on the relationship between advertising intensity and corporate tax avoidance. The sample used was all non-financial sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2015–2021 period. The sampling technique used was purposive sampling, so a total of 67 companies were observed. The analysis used is panel data analysis using Stata 14 software. The results of this study show that advertising intensity has a positive effect on tax avoidance, but the proportion of independent commissioners, the proportion of female commissioners, and the moderation of the board of commissioners have no effect on tax avoidance. This research also found that there was a moderating influence from the governance element, namely board diversity, which was proxied by a female board of commissioners, which was proven to weaken the positive relationship between advertising intensity and tax avoidance. The results of this research can be used as input by the Directorate General of Taxes for evaluating improvements to company tax regulations as well as by the Komite Nasional Kebijakan Governance as material for improving regulations and implementation to create a better corporate governance system in Indonesia.*

**Keywords:** *Advertising Intensity, Independent Board of Commissioner, Board Diversity, Tax Avoidance*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh intensitas iklan (*advertising intensity*) dan tata kelola perusahaan (*corporate governance*) terhadap penghindaran pajak perusahaan. Penelitian ini juga menguji pengaruh moderasi dari *corporate governance* terhadap hubungan intensitas iklan (*advertising intensity*) dengan penghindaran pajak perusahaan. Sampel yang digunakan seluruh perusahaan sektor non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2021. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* sehingga diperoleh total observasi 67 perusahaan. Analisis yang digunakan adalah analisis data panel menggunakan software Stata 14. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: intensitas iklan (*advertising intensity*) berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak, namun proporsi dewan komisaris independen, proporsi dewan komisaris wanita, dan moderasi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Penelitian ini juga menemukan adanya pengaruh moderasi dari elemen tata kelola yaitu diversifikasi dewan (*board diversity*) yang diproksi dengan dewan komisaris wanita, terbukti memperlemah hubungan positif *advertising intensity* terhadap penghindaran pajak. Hasil penelitian ini dapat dijadikan masukan oleh Direktorat Jenderal Pajak untuk evaluasi peningkatan pada aturan pajak Perusahaan serta bagi Komite Nasional Kebijakan Governance

sebagai bahan peningkatan aturan dan pelaksanaan untuk mewujudkan sistem tata kelola perusahaan yang lebih baik di Indonesia.

**Kata kunci:** Intensitas Iklan, Dewan Komisaris Independen, Keberagaman Dewan, Penghindaran Pajak

## PENDAHULUAN

Pajak merupakan bagian terbesar pendapatan suatu negara, termasuk Indonesia. Penerimaan negara Indonesia di tahun 2022 berjumlah Rp1.924 triliun dengan persentase 78,99% dari seluruh penerimaan ([Badan Pusat Statistik 2023](#)). Penghindaran pajak merupakan sistem *self-assessment* yang kewajiban perpajakan dan kewajiban perpajakan adalah tanggung jawab wajib yang menghitung, membayar, serta melaporkan jumlah pajak terutang yang disesuaikan dengan UU perpajakan. Pajak adalah kewajiban pribadi atau badan kepada negara yang manfaatnya tidak dirasakan secara langsung, dan tujuan utamanya untuk kesejahteraan warga negara. Bagi perusahaan, pajak merupakan pengeluaran yang berupa iuran wajib kepada negara, sedangkan bagi negara merupakan sumber penerimaan ([Pemerintah Indonesia 2007](#)). Bagi Perusahaan pajak merupakan pengeluaran dalam bentuk kontribusi wajib kepada negara sedangkan bagi negara merupakan sumber penerimaan.

Iklan termasuk strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk menarik hati orang-orang pada umumnya dan untuk mengembangkan citra perusahaan ([Darmawan dkk. 2019](#)). Untuk membangun citra yang baik, perusahaan perlu mengeluarkan biaya yang banyak serta waktu yang relatif tidak singkat. Di Indonesia, setiap perusahaan publik tidak terdapat aturan terkait dengan batasan jumlah maupun intensitas perusahaan melakukan periklanan. Perusahaan dalam menjalankan usahanya akan selalu berupaya memaksimalkan laba baik dengan cara meningkatkan pendapatan atau menekan biaya. Penghindaran pajak adalah cara untuk menghemat pajak dengan memanfaatkan

ketentuan perpajakan serta tidak melanggar hukum berlaku untuk meminimalkan kewajiban pajak ([Lim, 2011](#)). Dan praktik yang dilakukan oleh wajib pajak dengan aman dan tanpa melanggar aturan perpajakan yang berlaku ([Pohan 2013](#)).

PMK Nomor 2/PMK.03/2010 pasal 2 mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki biaya iklan tinggi dapat mengurangi kewajiban pajak, karena biaya iklan merupakan *deductible expense* ([Kementerian Keuangan 2010](#)). Intensitas iklan (*advertising intensity*) yang diasosiasikan dapat menciptakan *customer awareness* yang tinggi, mengurangi kesenjangan informasi antara perusahaan dan pelanggannya ([Tamayo, 2013](#)). Pengeluaran iklan yang lebih tinggi meningkatkan kemungkinan pelanggan mengetahui perilaku perusahaan terkait perpajakan dan pelanggan dapat menghukum perusahaan atas kesalahan tersebut. Selain itu perusahaan dengan intensitas iklan tinggi menandakan bahwa perusahaan tersebut memiliki upaya yang besar untuk membangun citra atau reputasi yang baik bagi pelanggannya. Bagi perusahaan memiliki citra baik memberikan dua pilihan pertama, perusahaan dengan citra yang baik akan lebih patuh pada aturan pajak yang berlaku. Rusaknya citra perusahaan tidak dinilai dibandingkan dengan kewajiban pajak yang dapat dihemat. Kedua, perusahaan dengan citra yang bagus akan lebih berani melanggar aturan perpajakan dengan asumsi perusahaan dipandang baik oleh masyarakat.

Hubungan intensitas iklan dengan teori keagenan yaitu perusahaan dapat menggunakan *advertising intensity* untuk memperkuat citra atau reputasi mereka dan membangun kepercayaan dengan pemegang saham. Namun, apakah citra atau reputasi

perusahaan dimanfaatkan untuk tujuan yang baik atau bahkan digunakan untuk melawan hukum, maka dibutuhkan sebuah instrumen yaitu tata kelola perusahaan yang baik. Negara Indonesia menggunakan *two-tier system* yang mana dewan komisaris menjalankan fungsi pengawasan pada perusahaan. Fungsi pengawasan dipilih bertujuan untuk memastikan bahwa iklan yang dilakukan oleh perusahaan konsisten dengan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Serta pemanfaatan intensitas iklan untuk memperkuat hubungan manajemen dengan *shareholder* dan pada akhirnya untuk tetap menjaga kepentingan jangka panjang *shareholder*.

Fokus penelitian ini yaitu peran dewan komisaris independen dan keberagaman dewan (dewan komisaris wanita) dalam meningkatkan tata kelola dan efisiensi dalam suatu perusahaan. Keberadaan dewan komisaris independen wajib adanya dalam susunan dewan komisaris. Sedangkan keberadaan dewan komisaris wanita tidak wajib adanya dalam susunan dewan komisaris. Namun adanya keberagaman dewan komisaris semakin mendukung kepatuhan dalam proses pengawasan dalam sebuah perusahaan. Karena wanita dinilai memiliki kecenderungan yang rendah agar memperoleh manfaat material dengan cara amoral dan cenderung menampik resiko tinggi ([Harakeh, El-Gammal, dan Matar, 2019](#)).

Adanya intensitas iklan dan fungsi pengawasan terhadap praktik penghindaran pajak menjadi dasar menarik untuk dilakukan penelitian. Tujuannya untuk menguji pengaruh intensitas iklan (*advertising intensity*) dan tata kelola perusahaan (*corporate governance*) terhadap penghindaran pajak perusahaan. Serta dilakukan juga pengujian moderasi dari tata kelola perusahaan terhadap intensitas iklan dengan penghindaran pajak.

## Teori Keagenan

Teori keagenan yaitu hubungan agensi sebagai kontrak *principal* yang menugaskan agen dengan pemberian kekuasaan untuk memutuskan kewenangan kepada agen ([Jensen dan Meckling 1976](#)). Manajemen secara moral berkewajiban untuk mengoptimalkan kepentingan pemilik serta untuk pemenuhan kebutuhan pribadi, sedangkan disisi lain *shareholder* lebih fokus kepada peningkatan nilai saham.

Hubungan antara teori keagenan dengan penghindaran pajak adalah terdapatnya perbedaan kepentingan antara perusahaan dengan otoritas perpajakan. Manajemen perusahaan tentu akan berupaya untuk membayar pajak seminimalnya agar memperoleh laba perusahaan yang maksimal. Sedangkan kepentingan perusahaan ini bertolak belakang dengan kepentingan otoritas perpajakan yaitu yang memiliki kepentingan untuk mengumpulkan pajak dengan maksimal sesuai dengan ketentuan penerimaan pajak.

## Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak adalah upaya yang dilakukan perusahaan agar membayarkan pajak seminimalnya guna memaksimalkan laba yang diperoleh. Menurut [Pohan \(2013\)](#) penghindaran pajak merupakan suatu teknik untuk menghindari kewajiban wajib pajak dengan cara yang sah, aman dan tidak bertentangan dengan peraturan perpajakan. Perusahaan melakukan praktik dengan tidak melampaui aturan yang berlaku atau bahkan praktik tersebut belum diatur pada peraturan yang pajak yang berlaku. Menurut [Suandi \(2011\)](#), umumnya wajib pajak berusaha membayar pajak sesedikit mungkin karena membayar pajak melemahkan keuangan wajib pajak. Oleh karena itu, perilaku penghindaran pajak ini sering dilakukan oleh wajib pajak.

### **Intensitas Iklan (*Advertising Intensity*)**

*Advertising Intensity* merupakan rasio yang mengukur pengeluaran iklan terhadap pendapatan suatu perusahaan. *Advertising Intensity* dapat memberikan gambaran dampak dari jumlah belanja iklan terhadap pendapatan perusahaan. Sedangkan iklan menurut [Darmawan, dkk \(2019\)](#) merupakan sebuah strategi untuk mengembangkan citra perusahaan dengan memenangkan hati masyarakat. Menurut [Kotler \(2002\)](#) citra adalah sudut pandang masyarakat pada suatu perusahaan. Membangun citra yang baik di mata masyarakat tidaklah mudah. Oleh karenanya, perusahaan dengan citra yang baik akan senantiasa menjaga citra yang baik agar dapat bertahan lama.

Perusahaan yang menaruh perhatian lebih pada citra perusahaan, maka ia akan cenderung patuh pada aturan pajak berlaku. Karena citra perusahaan jauh bermanfaat untuk jangka panjang dibandingkan dengan keuntungan sesaat yang diperoleh dari penghindaran pajak perusahaan. Usaha untuk membangun citra perusahaan yang baik bagi perusahaan membutuhkan waktu yang tidak sebentar dan uang yang jumlahnya tidak sedikit. Namun melalui PMK Nomor 2/PMK.03/2010 pasal 2 mengatur bahwa biaya iklan dapat dikompensasikan pada penghasilan netto ([Kementerian Keuangan, 2010](#)). Seharusnya dengan aturan tersebut, perusahaan akan lebih kurang untuk menghindari pajak, sebab beban iklan dapat dikompensasi pada perhitungan pajak perusahaan.

### **Good Corporate Governance**

*Good Corporate Governance* adalah bentuk pengaturan dan pengendalian entitas, yang terlihat dari nilai-nilai pengelolaan dan mekanisme hubungan antara berbagai pihak yang mengelola perusahaan. *Corporate Governance* atau tata kelola perusahaan dikenal ada dua yaitu *one-tier system* dan *two-tier system*. *One-tier system* yaitu pihak *board of*

*director* melakukan kebijakan yang berfungsi sebagai eksekutif kebijakan operasional dan juga sekaligus melakukan pengawasan atau *monitoring*. Sedangkan *two-tier system* terdapat pemisahan fungsi tugas dan wewenang pengelolaan perusahaan dengan pihak yang melakukan pengawasan perusahaan. Negara Indonesia menggunakan *two-tier system*, yaitu dewan komisaris melakukan peran pengawasan, sedangkan direksi menjalankan operasional perusahaan.

Menurut POJK No. 33 tahun 2014 untuk menjadi komisaris maupun direksi ada beberapa kriterianya (Otoritas Jasa Keuangan 2014). Beberapa ketentuan untuk menjadi dewan komisaris yaitu: 1) Dewan komisaris paling sedikit diisi oleh dua orang; 2) Dewan komisaris yang terdiri dari 2 anggota, salah satunya merupakan dewan komisaris independen, tetapi untuk anggota dewan komisaris lebih dari dua orang, paling kurang 30% dari total anggota dewan komisaris adalah dewan komisaris independen; 3) Dewan komisaris harus melaksanakan rapat setidaknya sekali setiap dua bulan; 4) Memiliki keahlian dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh perusahaan.

Dewan komisaris independen digunakan sebagai variabel independen karena dewan komisaris merupakan instrumen pengawasan yang bertujuan memberikan petunjuk atau arahan kepada pengelola perusahaan. Dengan demikian, dewan komisaris merupakan pusat keberlangsungan serta keberhasilan perusahaan ([Hudha dan Utomo 2021](#); [Marfu'ah, Titisari, dan Siddi 2021](#); [Pratomo dan Risa Aulia Rana 2021](#); [Rahmawati, Rikumahu, dan Dillak 2017](#)). Sehingga kehadiran dewan komisaris independen diperlukan guna menekan jumlah pelanggaran peraturan perundang-undangan seperti peraturan perpajakan.

### **Dewan Komisaris Independen**

Komisaris independen merupakan anggota dewan yang berasal dari luar

perusahaan atau emiten yang diangkat berdasarkan hasil keputusan RUPS serta memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh OJK. Menurut [Desai dan Dharmapala \(2006\)](#) komisaris independen merupakan perwakilan pemilik usaha yang berperan memantau dan mengevaluasi kinerja perusahaan. Menurut [Zhou \(2011\)](#) kehadiran komisaris independen bagi perusahaan dapat menekan kecenderungan perusahaan melakukan penghindaran pajak agresif melalui fungsi pengawasan yang lebih baik.

### **Keberagaman Dewan (*Board Diversity*)**

Keberagaman dewan dapat diartikan yaitu adanya keberagaman latar belakang yang dimiliki setiap anggota dewan (*heterogen*). Keberagaman ini menjadi hal penting dalam lingkungan kerja, terutama keberagaman dalam dewan. Dengan adanya keberagaman dewan akan meningkatkan fungsi pengawasan dewan terhadap perusahaan. Keberagaman ini bermanfaat terhadap fungsi pengawasan karena akan membawa perspektif yang berbeda-beda dalam pengambilan keputusan. Dengan begitu, keputusan yang diambil harapannya semakin baik serta terciptanya inovasi dan ide baru dibandingkan tanpa adanya perspektif yang berbeda-beda.

Keberagaman dewan (*board diversity*) seperti *gender diversity*, *age diversity*, *educational diversity*, *work experience diversity*, *skill diversity*, dan *nationality diversity*. *Gender diversity* (keberagaman gender) ialah keanggotaan dewan komisaris terdiri dari gender pria dan wanita. Keberagaman gender ini dinilai memiliki cara kerja yang berbeda, karena antara pria dan wanita memiliki sifat alamiah yang berbeda. Proksi *gender diversity* dipilih sebagai keberagaman dewan karena keberadaan pria dan wanita dalam lingkungan kerja dinilai dapat memberikan beragam perspektif yang memungkinkan penyelesaian masalah yang lebih baik ([Wahid 2019](#)). Belakangan, penelitian yang dilakukan [Alabede \(2016\)](#) mengungkapkan

bahwa kehadiran wanita dalam dewan komisaris sangat membantu peran dewan dalam manajemen perusahaan, terutama dalam hal pengawasan dan penasehatan.

### **Pengaruh *Advertising Intensity* Terhadap Penghindaran Pajak**

Iklan adalah teknik komunikasi yang peranannya untuk membentuk *customer awareness* dan citra atau reputasi perusahaan di mata masyarakat. Untuk membangun citra atau reputasi yang baik, perusahaan membutuhkan waktu yang tidak sebentar dan juga biaya ataupun intensitas iklan yang cukup besar. Kaitannya dengan penghindaran pajak adalah perusahaan dengan citra atau reputasi yang bagus memiliki beberapa opsi terkait dengan perpajakan.

Penelitian [Susanti dan Satyawan \(2020\)](#) menemukan bahwa *advertising intensity* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Selaras dengan penelitian [Nguyen \(2015\)](#) yang hasil serupa bahwa *advertising intensity* berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Perusahaan dengan intensitas iklan yang tinggi yang diasosiasikan memiliki citra yang baik di masyarakat akan lebih patuh terhadap aturan perpajakan. Opsi lainnya yaitu perusahaan dengan citra baik akan lebih berani menghindari pajak. Namun potensi kerusakan reputasi akibat terbukti melanggar aturan perpajakan jauh tidak ternilai harganya dibandingkan dengan jumlah *tax saving* yang diperoleh, sehingga justru mendorong perusahaan untuk tidak menghindari pajak.

[Fatmawati dan Solikin \(2017\)](#) juga menemukan bahwa meningkatnya intensitas iklan sebuah perusahaan, maka akan menurunnya kecondongan perusahaan untuk melakukan penghindaran pajak secara agresif. Penelitian [Mansi, dkk \(2020\)](#) menemukan pengaruh negatif antara periklanan dan penghindaran pajak. Hasil ini mendukung argumen bahwa dengan meningkatkan *customer awareness* dan membantu



meningkatkan citra dari perusahaan, membuat perusahaan membayar pajaknya dengan adil. Dengan ini semakin memperkuat bahwa perusahaan lebih responsif terhadap citranya, mempertimbangkan reputasi yang akan rusak apabila perusahaan mengambil resiko menghindari pajak

#### **H<sub>1</sub>: Advertising intensity berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak**

#### **Pengaruh Proporsi Dewan Komisaris Independen Terhadap Penghindaran Pajak**

Dewan komisaris independen adalah orang luar dan tidak mempunyai afiliasi secara tidak langsung ataupun langsung dengan perusahaan. Semakin banyak proporsi dewan komisaris independen diharapkan meningkatkan pengawasan sehubungan dengan penghindaran pajak. Penelitian [Subagiastra dkk. \(2016\)](#) menunjukkan keefektifan pencegahan penghindaran pajak dengan adanya dewan komisaris independen. Kemudian penelitian [Eksandy \(2017\)](#) menunjukkan hasil bahwa kepatuhan manajemen terhadap peraturan perundang-undangan pajak yang berlaku terjadi dengan adanya kehadiran komisaris independen. Secara aktif manajemen terdorong mematuhi aturan dengan keberadaan dewan komisaris independen. Penelitian [Dudi dan Risa \(2021\)](#) menemukan bukti pengaruh negatif dewan komisaris independen terhadap penghindaran pajak

#### **H<sub>2a</sub>: Proporsi dewan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.**

#### **Pengaruh Board Diversity Terhadap Penghindaran Pajak**

Susunan dewan komisaris tidak diwajibkan wanita perlu ada dalam susunan dewan komisaris. Ada hal yang menarik dari beberapa penelitian tentang wanita yang menunjukkan kecenderungan sifat untuk

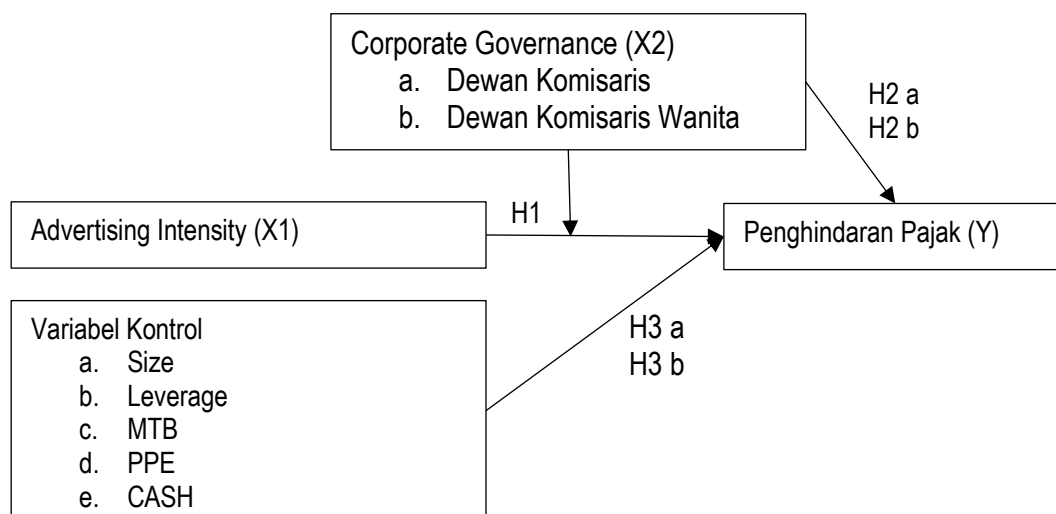
menghindari resiko, berhati-hati dan berperilaku rasional dibandingkan pria. [Richardson dkk \(2016\)](#) menemukan umumnya komisaris wanita memiliki pemikiran independen lebih dibandingkan komisaris pria, pemikiran mendukung pengawasan yang lebih efektif. Kaitannya dengan pengawasan yaitu kehadiran wanita dalam susunan dewan komisaris memberikan ragam pandangan, kemudian implikasi yaitu mampu mengurangi penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

Penelitian lain menemukan bahwa kehadiran dewan komisaris wanita berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak ([Jarboui, Kachouri Ben Saad, dan Riguen 2020](#); [Rahman dan Cheisviyanny 2020](#)). Hal ini dapat terjadi karena wanita memiliki kecenderungan penghindar resiko, bersikap hati-hati dan ketelitian lebih dibandingkan pria.

#### **H<sub>2b</sub>: Board diversity berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.**

#### **Moderasi Dewan Komisaris Independen Terhadap Hubungan Antara Advertising Intensity Dengan Penghindaran Pajak Perusahaan.**

Dewan komisaris independen ini dibutuhkan untuk meningkatkan fungsi *monitoring* terhadap kinerja dewan direksi. Dewan komisaris independen bertanggung jawab untuk mendorong secara proaktif melaksanakan tugas sebagai pengawas dan penasihat direksi serta memastikan perusahaan memiliki perencanaan bisnis yang efektif dan taat terhadap hukum yang berlaku ([Putra 2016](#)). Keputusan perusahaan untuk melakukan iklan merupakan wewenang dan tanggung jawab dari direksi. Selain itu keputusan perusahaan untuk mengurangi beban yang timbul seperti pajak juga keputusan yang diambil oleh direksi yang mana diperlukan juga pengasawan oleh pihak lain. Kehadiran dewan komisaris independen menjadi diperlukan untuk meningkatkan pengawasan



**Gambar 1 Kerangka Konseptual**

terhadap manajemen agar lebih waspada dalam menjalankan operasional perusahaan guna meminimalisir praktik penghindaran pajak (Kusufiyah dan Anggraini 2019). Berdasarkan hal tersebut, keberadaan dewan komisaris independen diharapkan dapat memperkuat hipotesis satu yaitu intensitas iklan berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.

**H3a: Proporsi dewan komisaris independen memperkuat hubungan negatif antara advertising intensity dengan penghindaran pajak.**

#### **Moderasi Board Diversity Terhadap Hubungan Antara Advertising Intensity Dengan Penghindaran Pajak.**

Dengan adanya keberagaman dewan (dewan komisaris pria dan wanita) dalam struktur dewan komisaris fungsi pengawasan terhadap dewan direksi lebih optimal dibandingkan tidak terhadap dewan komisaris wanita (Thoomaszen dan Hidayat 2020). Reputasi yang dibangun perusahaan melalui beriklan membuat perusahaan lebih patuh terhadap kewajiban perpajakannya karena adanya pengawasan dari dewan komisaris yang beragam. Pertimbangan lainnya yaitu kerusakan reputasi dan diperiksa oleh otoritas pajak akibat

terbukti melanggar kewajiban perpajakan tidak ternilai harganya dibandingkan jumlah penghematan pajak yang diperoleh.

**H3b: Board diversity memperkuat hubungan negatif antara advertising intensity dengan penghindaran pajak.**

#### **METODE**

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh perusahaan sektor non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2021. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia dan website perusahaan masing-masing. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari *Annual Report* seluruh perusahaan sektor non-keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2021.

Sampel yang dipilih pada penelitian berdasarkan pada kriteria yang ditetapkan, yang memenuhi kriteria terdapat sebanyak 67 perusahaan dengan total observasi sebanyak 254. Data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode regresi data panel dengan bantuan aplikasi Stata 14.

**Tabel 1 Definisi Variabel**

Variabel	Definisi
CETR	Didefinisikan sebagai <i>Cash Taxes Paid</i> dibagi dengan <i>Net Income Before Tax</i> . CETR dikeluarkan dari observasi jika bernilai nol atau negatif (Mansi, Qi, dan Shi 2020).
AI	<i>Advertising intensity</i> merupakan <i>advertising expense</i> dibagi dengan <i>net sales</i> (Nguyen 2015)
INDBOC	Proporsi dewan komisaris independen dihitung dengan membagi jumlah dewan komisaris independen terhadap jumlah dewan komisaris
WBOC	Proporsi dewan komisaris wanita dihitung dengan membagi jumlah dewan komisaris wanita terhadap jumlah dewan komisaris
CZ	Ukuran perusahaan dihitung menggunakan logaritma natural dari total aset (Mansi, Qi, dan Shi 2020).
Lev	Rasio <i>leverage</i> dihitung dengan membagi <i>long-term debt</i> tahun t terhadap total aset pada tahun sebelumnya (Mansi, Qi, dan Shi 2020).
MTB	<i>Market to book</i> dihitung dengan membagi <i>market value (caps)</i> dengan <i>book value (total equity)</i>
PPE	PPE dihitung total PPE dibagi dengan total aset pada tahun sebelumnya (Mansi, Qi, dan Shi 2020).
CASH	<i>Cash holding</i> dihitung dengan membagi jumlah <i>cash and cash equivalents</i> terhadap total aset pada tahun sebelumnya (Mansi, Qi, dan Shi 2020).

**Advertising Intensity**

*Advertising intensity* mengukur pengaruh beban iklan terhadap jumlah pendapatan perusahaan. Iklan digunakan untuk meningkatkan *awareness* pelanggan dan membentuk citra perusahaan. Citra baik yang dimiliki oleh perusahaan dapat mengurangi penghindaran pajak atau sebaliknya lebih berani menghindari pajak. Oleh karena itu *advertising intensity* digunakan sebagai variabel independen pada penelitian ini.

**Good Corporate Governance**

Variabel *Good Corporate Governance* pada penelitian ini diproksikan dengan proporsi dewan komisaris independen dan proporsi dewan komisaris wanita. Dengan adanya dewan komisaris independen dan dewan komisaris wanita meningkatkan fungsi pengawasan dari dewan komisaris. Selain itu, juga dapat mengurangi praktik-praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan.

**Variabel Kontrol**

Berdasarkan temuan penelitian terdahulu, variabel kontrol yang digunakan seperti *corporate size*, *leverage*, *market to book ratio*, *property, plant, and equipment*, dan *cash holding* (Mansi, Qi, dan Shi 2020).

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini yaitu *advertising intensity* dan *good corporate governance* terhadap penghindaran pajak, menggunakan regresi data panel, yang dijelaskan dalam persamaan berikut:

$$CETR_{it} = \beta_0 + \beta_1 AI_{it} + \beta_2 INDBOC_{it} + \beta_3 WBOC_{it} + \beta_4 AI_{it} * INDBOC_{it} + \beta_5 AI_{it} * WBOC_{it} + \beta_6 CZ_{it} + \beta_7 Lev_{it} + \beta_8 MTB_{it} + \beta_9 PPE_{it} + \beta_{10} CASH_{it} + \epsilon_{it}$$

**HASIL**

Pengujian hipotesis menggunakan aplikasi stata 14 dan data yang digunakan bersifat data panel. Sebelum dilakukan pengujian perlu dilakukan pemilihan model regresi yang terbaik. Pemilihan model regresinya yaitu antara *Fixed Effect Model* atau *Random Effect Model* maka dilakukanlah



*Hausman Test*. Hasil *Hausman Test* menunjukkan p-value yaitu 0,0971 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 5%. Berdasarkan hasil tersebut, model terbaik yang terpilih adalah *Random Effect Model*.

Tabel 2 disajikan ringkasan statistik variabel yang diuji dalam penelitian ini. Secara statistik seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki *standard deviation* dekat dengan nilai *mean*, ini menandakan bahwa data pada yang digunakan tersebar dengan baik. Pengukuran penghindaran pajak menggunakan proksi CETR, terlihat nilai mean sebesar 0,447 dan *standard deviation* 0,568. Nilai minimum dari *leverage* yaitu sebesar 0,000, hal ini dapat terjadi karena *leverage* dihitung dengan membagi utang jangka panjang terhadap total aset. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa terdapat perusahaan yang tidak memiliki hutang jangka panjang, dengan begitu nilai minimum *leverage* diperoleh 0,000. Berbeda halnya dengan nilai minimum variabel CASH, diperoleh nilai 0,000 tidak menandakan bahwa terdapat

perusahaan yang tidak memiliki *cash*. Tetapi ada perusahaan yang memiliki jumlah *cash* jauh kecil dibandingkan dengan total aset periode sebelumnya. Ketika ditampilkan statistik deskriptif dengan angka tiga digit dibelakang koma terlihat seakan-akan bernilai 0. Pada kenyataannya terdapat nilai CASH, hanya saja nilainya sangat kecil. Variabel proporsi dewan komisaris independen dan variabel proporsi dewan komisaris wanita setelah dihitung, kemudian dilakukan *standardize z-score*. Tujuannya agar skala yang digunakan seragam dan dapat diperbandingkan secara akurat antara satu dengan lainnya. Pada tabel 2 nilai minimum dari variabel dewan komisaris independen dan variabel proporsi dewan komisaris wanita bernilai minus, dan nilai maksimumnya diatas nilai 1. Variabel lainnya juga menunjukkan *standard deviation* dekat dengan nilai *mean*, sehingga data yang digunakan dianggap wajar untuk dibandingkan antara satu dengan lain.

**Tabel 2 Statistik Deskriptif**

Variabel	Mean	Std. Dev.	Min	Max
CETR	0,447	0,568	0,013	2,440
AI	0,024	0,039	0,000	0,182
CZ	29,374	1,213	26,550	32,819
Leverage	0,119	0,108	0,000	0,450
MTB	3,082	6,0391	0,120	60,671
PPE	0,396	0,193	0,015	0,921
CASH	0,026	0,024	0,000	0,153
INDBOC	0,025	0,986	-0,860	3,042
WBOC	0,144	1,035	-0,670	3,479
INDBOC*AI	-0,001	0,043	-0,156	0,251
WBOC*AI	0,009	0,053	-0,121	0,348

Pengujian *pearson correlation* dilakukan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara variabel-variabel yang terdapat pada penelitian ini. Tabel 3 menunjukkan hasil pengujian *pearson correlation* terlihat tidak ada

nilai yang melebihi 0,8 pada variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan tidak terdapat korelasi dari masing-masing variabel yang digunakan.

**Tabel 3 Hasil Uji *Pearson Correlation***

Variables	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
(1) CETR	1.000										
(2) AI	-0.101	1.000									
(3) CZ	-0.011	0.125	1.000								
(4) Leverage	0.119	-0.149	0.347	1.000							
(5) MTB	-0.104	0.294	0.128	-0.149	1.000						
(6) PPE	0.161	-0.022	0.061	0.338	0.084	1.000					
(7) CASH	0.059	0.267	0.190	-0.286	0.537	-	1.000				
(8) INDBOC	0.062	-0.055	-0.007	-0.005	-0.125	0.012	-	1.000			
(9) WBOC	0.000	0.133	-0.154	-0.109	0.210	0.003	0.023	0.073	1.000		
(10) INDBOC*AI	0.085	-0.223	-0.082	0.055	-0.241	0.005	0.064	0.560	0.133	1.000	
(11) WBOC*AI	0.067	0.312	-0.043	-0.089	0.417	0.121	0.294	0.106	0.604	0.226	1.000

**Tabel 4 Hasil Uji VIF**

Variabel	VIF	1/VIF
CZ	8,16	0,122572
PPE	6,26	0,159853
CASH	3,88	0,258004
Leverage	2,99	0,334748
MTB	2,40	0,417004
WBOC*AI	2,32	0,431359
INDBOC*AI	2,05	0,488722
AI	1,83	0,545372
WBOC	1,75	0,571819
INDBOC	1,51	0,664442
Mean VIF	3,31	

**Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Tes	Prob > Chi <sup>2</sup>
<i>Modified Wald Test</i>	0,000

Tabel 6 Hasil Regresi Model Penelitian

Variabel	Koefisien	p-value
AI	-1.917	0,011**
INDBOC	-0,016	0,763
WBOC	-0,064	0,227
INDBOC*AI	-0,962	0,271
WBOC*AI	1.732	0,051*
CZ	-0,003	0,964
Leverage	0,458	0,209
MTB	-0,031	0,005***
PPE	0,660	0,078*
CASH	7.836	0,000***

Keterangan:  
\*\*\*p<0,01; \*\*p<0,05; \*p<0,1  
N = 254  
R<sup>2</sup> = 0,110  
Prob F = 0,0000

Tabel 4, dapat dilihat nilai hasil uji VIF dari setiap variable independen berada di bawah 10, sehingga hasil uji VIF ini dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel yang diteliti terbebas dari gejala multikolinearitas.

Uji *heteroskedastisitas* bertujuan untuk memeriksa apakah dalam model regresi terdapat ketimpangan varians residual dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lain. Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan *Modified Wald Test* (lihat tabel 5) menunjukkan bahwa nilai *Prob > Chi<sup>2</sup>* pada model lebih kecil dari  $\alpha$  5%. Dari tabel hasil uji VIF dapat diartikan terdapat *heteroskedastisitas* dalam model yang digunakan. Untuk mengatasi gejala *heteroskedastisitas*, maka dilakukan *robust* atau *general least square* (GLS) pada regresi untuk menguji hipotesis.

Tabel 6 menunjukkan hasil regresi model penelitian. Nilai R<sup>2</sup> semakin tinggi menunjukkan kemampuan variable-variabel yang digunakan dalam model penelitian untuk menjelaskan variabel dependen juga semakin besar. Tabel 6 dapat dilihat nilai R<sup>2</sup> yaitu 0.110, nilai tersebut dapat terjadi karena pada penelitian ini proksi *good corporate governance*

yang digunakan hanya proporsi dewan komisaris independen dan proporsi dewan komisaris wanita.

Uji signifikansi simultan (uji F) dilakukan untuk menguji ketepatan model regresi yang digunakan pada penelitian dengan pengujian F-statistik. Nilai uji F menunjukkan nilai *probability* yaitu 0.0000 (tabel 6) yang mana lebih kecil dari 1%. Hasil ini menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk digunakan.

### Uji Hipotesis

Pengujian regresi pada penelitian ini nilai dari CETR tidak dikalikan -1, jadi untuk mengetahui penghindaran pajak hasil regresi dibaca dengan arah berlawanan. Tabel 4 menunjukkan *advertising intensity* memiliki pengaruh positif terhadap penghindaran pajak karena hasil regresi menunjukkan nilai koefisien AI sebesar -1.917 dan nilai p-value 0.011. Hasil ini menunjukkan pengaruh negatif signifikan tidak terbukti. Namun hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [Suharto dkk \(2022\)](#) yaitu jika iklan meningkat maka kecenderungan pelaku usaha untuk melakukan penghindaran pajak juga akan meningkat. Semakin besar iklan yang

dimiliki suatu perusahaan maka akan semakin besar kemungkinan perusahaan, semakin besar peluangnya untuk mengurangi beban pajaknya secara optimal. Dapat disimpulkan perusahaan bahwa *advertising intensity* yang besar menandakan perusahaan tersebut semakin berani untuk menghindari pajak, karena memiliki citra yang baik di masyarakat.

Proporsi dewan komisaris independen sebagai variabel independen maupun sebagai variabel pemoderasi (tabel 6) nilai *p-value* berada diatas 5%, yang mana menunjukkan bahwa H2.a dan H3.a ditolak. Hasil pengujian ini diartikan bahwa peran dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak perusahaan. Sebagai variabel independen maupun sebagai variabel moderasi proporsi dewan komisaris independen terbukti tidak memiliki pengaruh. Temuan ini juga dapat diinterpretasikan bahwa fungsi pengawasan oleh dewan komisaris independen tidak berjalan dengan semestinya. Temuan ini sejalan dengan penelitian [Sarra \(2017\)](#) yaitu dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak perusahaan.

Adanya keberagaman dewan yang diwakilkan dengan kehadiran dewan komisaris wanita dalam susunan dewan komisaris. Dugaan awal keberagaman dewan berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak. Hasil pengujian (tabel 6) dapat dilihat bahwa proporsi dewan komisaris wanita memperoleh nilai koefisien -0.064 dan *p-value* 0.227, yang artinya dewan komisaris wanita tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Temuan ini sejalan dengan penelitian [Herlanda dan Widiastuti \(2021\)](#) yang juga menemukan dewan komisaris wanita tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Penelitian lain menemukan adanya wanita dalam struktur dewan komisaris tidak menjamin efektifitas pengawasan atau tidak mempengaruhi kebijakan direksi untuk mengurangi agresivitas pajak ([Demos dan Muid 2020](#)). Sedangkan keberagaman dewan

sebagai variabel moderasi menunjukkan nilai koefisien 1.732 dan *p-value* 0.051 yang artinya variabel dewan komisaris wanita terbukti memperlemah hubungan *advertising intensity* dengan penghindaran pajak. Jadi keberagaman dewan sebagai variabel independen tidak berpengaruh, sedangkan sebagai pemoderasi keberagaman dewan terbukti memoderasi atau memperlemah hubungan positif *advertising intensity* dan penghindaran pajak.

Pada tabel 6 dapat dilihat variabel MTB menggambarkan perusahaan dengan *market capitalization* yang tinggi semakin menghindari pajak. Sedangkan variabel PPE dan CASH menunjukkan pengaruh negatif terhadap penghindaran pajak yang menandakan bahwa perusahaan dengan PPE dan CASH tinggi cenderung untuk tidak menghindari pajak. Namun variabel *corporate size* dan *leverage* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menemukan bahwa *advertising intensity* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Temuan ini menandakan bahwa perusahaan memanfaatkan citra yang dimilikinya untuk melakukan penghindaran pajak. Namun proporsi dewan komisaris independen, proporsi dewan komisaris wanita, dan moderasi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak. Dan penelitian ini juga menemukan adanya pengaruh moderasi dari elemen tata kelola yaitu diversifikasi dewan (*board diversity*) yang diproksi dengan dewan komisaris wanita, terbukti memperlemah memperlemah hubungan positif *advertising intensity* terhadap penghindaran pajak.

Temuan penelitian ini berimplikasi penting bagi Direktorat Jenderal Pajak sebagai masukan untuk evaluasi peningkatan pada aturan pajak perusahaan. Kemudian bagi Komite Nasional Kebijakan *Governance* sebagai

bahan peningkatan aturan dan pelaksanaan untuk mewujudkan sistem tata kelola perusahaan yang lebih baik bagi perusahaan-perusahaan di Indonesia. Serta sebagai sumbangsih memperkaya literatur dan sumber bagi peneliti sejenis terkait penghindaran pajak.

Penting untuk mempertimbangkan beberapa keterbatasan yang menjadi fokus penelitian ini dimasa depan dalam penafsiran hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, peneliti menemukan banyak perusahaan yang belum mengungkapkan beban iklannya secara jelas di dalam laporan keuangannya. Oleh karena itu jumlah observasi yang diperoleh

jumlahnya masih sedikit. Kedua, model yang digunakan dalam penelitian ini baru mampu menjelaskan 11% variabel dependennya, dan sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam model penelitian ini. Harapannya untuk peneliti selanjutnya menggunakan proksi *good corporate governance* yang lebih beragam agar dapat menjelaskan peran tata kelola perusahaan terhadap penghindaran pajak perusahaan. Dan peneliti berikutnya diharapkan untuk memilih pengukuran yang memiliki data yang dapat diakses dengan mudah terhadap penghindaran pajak agar jumlah observasi dapat ditingkatkan.

#### REFERENCES:

- Alabede, J. O. 2016. "Effect of Board Diversity on Corporate Governance Structure and Operating Performance: Evidence from the UK Listed Firms." *Asian Journal of Accounting and Governance* 7: 67–80. <https://core.ac.uk/download/pdf/96113661.pdf>.
- Badan Pusat Statistik. 2023. "Realisasi Pendapatan Negara (Milyar Rupiah), 2021-2023." 2023. <https://www.bps.go.id/indicator/13/1070/1/realisasi-pendapatan-negara.html>
- Darmawan, Didit, Rahayu Mardikaningsih, Samsul Arifin, dan Mila Hariani. 2019. "Upaya memperkuat citra ramayana departement store melalui promosi penjualan dan periklanan." *Akuntabilitas: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Ekonomi* 12 (1): 59–71. <https://doi.org/10.35457/akuntabilitas.v12i1.761>.
- Demos, Rakai Wastu, dan Dul Muid. 2020. "Pengaruh Keberadaan Anggota Dewan Wanita Terhadap Agresivitas Pajak." *Diponegoro Journal of Accounting* 9.1. <https://www.semanticscholar.org/paper/DEMOS.DR.pdf>.
- Desai, M. & Dharmapala, D. 2006. "Corporate Tax Avoidance and High-Powered Incentives." *Journal of Financial Economics* 79(1): 145–79. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0304405X05001364>.
- Eksandy, Arry. 2017. "Pengaruh Komisaris Independen, Komite Audit, Dan Kualitas Audit Terhadap Penghindaran Pajak (Tax Avoidance) (Studi Empiris Pada Sektor Industri Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014)." *COMPETITIVE Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 1 (1): 1. <https://jurnal.umt.ac.id/index.php/competitive/article/view/96/57>
- Fatmawati, Octavia Rian, dan Akhmad Solikin. 2017. "Pengaruh Karakteristik Perusahaan Dan Beban Iklan Terhadap Tindakan Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur." *Substansi: Sumber Artikel Akuntansi Auditing dan Keuangan Vokasi* 1(1): 123–41. <https://www.neliti.com/id/publications/265401.pdf>
- Harakeh, Mostafa, Walid El-Gammal, dan Ghida Matar. 2019. "Female Directors, Earnings Management, and CEO Incentive Compensation: UK Evidence." *Research in International Business and Finance* 50 (Desember): 153–70. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2019.05.001>.
- Herlanda, Marsya Wardani, dan Ni Putu Eka Widiastuti. 2021. "Pengaruh struktur dewan komisaris, komite audit, dan kepemilikan asing terhadap tax avoidance." *Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* 2: 1–16. <https://index.php/biema/article/view/1560/1095>
- Hudha, Bill, dan Dwi Cahyo Utomo. 2021. "Pengaruh Ukuran Dewan Direksi, Komisaris Independen, Keragaman Gender, Dan Kompensasi Eksekutif Terhadap Penghindaran Pajak Perusahaan." *Diponegoro Journal of Accounting* 10 (1): 1–10. <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1996325>
- Jarboui, Anis, Maali Kachouri Ben Saad, dan Rakia Riguen. 2020. "Tax Avoidance: Do Board Gender Diversity And Sustainability Performance Make A Difference?" *Journal of Financial Crime* 27 (4): 1389–1408. <https://doi.org/10.1108/JFC-09-2019-0122>

- Jensen, Michael C., dan William H. Meckling. 1976. "Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost, and Ownership Structure." *Journal of Financial Economics*, 305–60.
- Kementerian Keuangan. 2010. "Peraturan Menteri Keuangan Nomor 2/PMK.03/2010." Kementerian Keuangan.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Melenium. Jilid 2. Jakarta: PT. Prenhallindo.
- Kusufiyah, Yunita Valentina, dan Dina Anggraini. 2019. "Peran Komisaris Independen, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan dan Leverage Terhadap Usaha Penghindaran Pajak." *E-Jurnal Akuntansi* 26(2) (Februari): 1601–31. <https://doi.org/10.24843/EJA.2019.v26.i02.p28>.
- Lim, Youngdeok. 2011. "Tax Avoidance, Cost of Debt and Shareholder Activism: Evidence from Korea." *Journal of Banking & Finance* 35 (2): 456–70. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2010.08.021>.
- Mansi, Sattar, Jianping Qi, dan Han Shi. 2020. "Advertising and Tax Avoidance." *Review of Quantitative Finance and Accounting* 54 (2): 479–516. <https://doi.org/10.1007/s11156-019-00796-6>.
- Marfu'ah, Dinda Asmi, Kartika Hendra Titisari, dan Purnama Siddi. 2021. "Penghindaran Pajak Ditinjau dari Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Komisaris Independen." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 5 (1): 53. <http://index.php/ojsekonomis/article/viewFile/265/152>
- Nguyen, Amanda. 2015. "Product Market Advertising and Corporate Tax Aggressiveness." *Monash University* 1: 1–64.
- Otoritas Jasa Keuangan. 2014. "Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33/POJK.04/2014." Otoritas Jasa Keuangan.
- Pemerintah Indonesia. 2007. "Undang-undang Nomor 28 tahun 2006 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan."
- Pohan, Chairil Anwar. 2013. *Manajemen perpajakan. Strategi perencanaan pajak dan bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Pratomo, Dudi dan Risa Aulia Rana. 2021. "Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen Dan Komite Audit Terhadap Penghindaran Pajak." *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi* 8 (1): 91–103. <https://doi.org/10.30656/jak.v8i1.2487>.
- Putra, Brayen Prastika Dwi. 2016. "Pengaruh Dewan Komisaris, Proporsi Komisaris Independen, Terhadap Kinerja Perusahaan." *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management* 8 (2). <https://doi.org/10.20473/jmtt.v8i2.2724>.
- Rahman, Beni, dan Charoline Cheisviyanny. 2020. "Pengaruh Kualitas Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Gender Dewan Direksi, Dan Gender Dewan Komisaris Terhadap Tax Aggressive." *Jurnal Eksplorasi Akuntansi* 2 (2): 2740–56. <https://doi.org/10.24036/jea.v2i2.243>.
- Rahmawati, Inge Andhitya, Brady Rikumahu, dan Vaya Juliana Dillak. 2017. "Pengaruh dewan direksi, dewan komisaris, komite audit dan corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan." *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi* 2 (2): 54–70.
- Richardson, Grant, Grantley Taylor, dan Roman Lanis. 2016. "Women on the Board of Directors and Corporate Tax Aggressiveness in Australia: An Empirical Analysis." *Accounting Research Journal* 29 (3): 313–31. <https://doi.org/10.1108/ARJ-09-2014-0079>.
- Sarra, Hustna Dara. 2017. "Pengaruh konservatisme akuntansi, komite audit dan dewan komisaris independen terhadap penghindaran pajak (Studi Empiris Pada Industri Kimia dan Logam di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2014)." *Competitive Jurnal Akuntansi dan Keuangan* 1 (1): 63. <https://doi.org/10.31000/competitive.v1i1.108>.
- Suandi, Erly. 2011. *Hukum Pajak edisi 5*. Jakarta: Salemba Empat.
- Subagiastra, Komang, I Putu Edy Arizona, I Nyoman Kusuma, dan Adnyana Mahaputra. 2016. "Pengaruh Profitabilitas, Kepemilikan Keluarga, Dan Good Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak (Studi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia)." *Jurnal Ilmiah Akuntansi* 1 (2). <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JIA/article/view/9994>



- Suharto, Salsabila Rachmasari, Dhia Naufal Rafi, dan Hasnawati Hasnawati. 2022. "Pengaruh advertising, capital expenditure, pendidikan ceo dan pendidikan cfo terhadap tax avoidance pada sektor perbankan di indonesia." *Jurnal Akuntansi Trisakti* 9 (2): 340–55. <https://doi.org/10.25105/jat.v9i2.15098>.
- Susanti, Dewi, dan Made Dudy Satyawan. 2020. "Pengaruh Advertising Intensity, Inventory Intensity, Dan Sales Growth Terhadap Agresivitas Pajak." *Jurnal Akuntansi AKUNESA* 9 (1). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/akunesa/article/view/9766>
- Tamayo, Henri Servaes, Ane. 2013. "The Impact of Corporate Social Responsibility on Firm Value: The Role of Customer Awareness." *Management Science* 59(5): 1045–61. <https://www.jstor.org/stable/23443926>
- Thoomaszen, S., & Hidayat, W. (2020). "Keberagaman Gender Dewan Komisaris dan Direksi terhadap Kinerja Perusahaan." *E-Jurnal Akuntansi*, 30(8), 2040 - 2052. <https://ThoomaszenandHidayatArtikel.pdf>
- Wahid, Aida Sijamic. 2019. "The Effects and the Mechanisms of Board Gender Diversity: Evidence from Financial Manipulation." *Journal of Business Ethics* 159 (3): 705–25. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-3785-6>.
- Zhou, Y. 2011. "Ownership Structure, Board Characteristics, And Tax Aggressiveness." *University of Hong Kong*.

*Halaman ini sengaja dikosongkan.*