



THE INFLUENCE OF THE PRESENCE OF WOMEN ON THE BOARD OF COMMISSIONERS, THE BOARD OF DIRECTORS AND THE QUALITY OF EXTERNAL AUDITORS ON TAX AGGRESSIVENESS IN 2021-2023

PENGARUH KEBERADAAN WANITA DALAM DEWAN KOMISARIS, DEWAN DIREKSI DAN KUALITAS AUDITOR EKSTERNAL TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK TAHUN 2021-2023

Ariefiansyah Tridipa Mannaroy¹, Sofie²

^{1,2} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti

E-mail: m.ariefiansyahtridipamannaroy@gmail.com¹, sofie@trisakti.ac.id²

ARTICLE INFO

Correspondent

Ariefiansyah Tridipa
Mannaroy

m.ariefiansyahtridipamannaroy@gmail.com

Key words:

women, board of
commissioners, editorial
board, external auditor
quality, Tax Aggressiveness

Website:

[https://idm.or.id/JSER/index.
php/JSER](https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER)

Page: 2328 – 2342

ABSTRACT

Tax aggressiveness is a step taken by taxpayers to regulate or design income in order to reduce the tax burden without violating the law or other applicable regulations. This research aims to analyze the influence of the presence of women on the board of commissioners, board of directors, and the quality of external auditors on tax aggressiveness. The research objects used are Property and Real Estate sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the 2021-2023 period. The research method used in this research is a descriptive research method with a quantitative approach. The sampling technique used was purposive sampling. Based on predetermined criteria, 30 Property and Real Estate sector companies were listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2021-2023 period. The data analysis techniques used in this research are descriptive analysis, multiple linear regression analysis, classical assumption test, determinant coefficient test, model feasibility test and hypothesis testing. The research results show that the presence of women on the board of commissioners influences tax aggressiveness. Meanwhile, the presence of women on the board of directors and the quality of external auditors have no effect on tax aggressiveness.

Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Koresponden Ariefiansyah Tridipa Mannaroy <i>m.ariefiansyahtridipamannaroy@gmail.com</i> Kata kunci: wanita, dewan komisaris, dewan redaksi, kualitas auditor eksternal, Agresivitas Pajak. Website: https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER Hal: 2328 – 2342	Agresivitas pajak merupakan usaha yang dilakukan wajib pajak untuk mengatur atau merancang pendapatan guna untuk mengurangi beban pajak dengan tidak melanggar undang-undang atau aturan lain yang berlaku. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keberadaan wanita dalam dewan komisaris, dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal terhadap agresivitas pajak. Objek penelitian yang digunakan adalah perusahaan sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2021-2023. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling. Berdasarkan kriteria yang telah ditentukan diperoleh sebanyak 30 perusahaan sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2021-2023. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji koefisien determinan, uji kelayakan model serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan wanita dalam dewan komisaris berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan keberadaan wanita dalam dewan direksi dan kualitas auditor eksternal tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. <i>Copyright © 2024 JSER. All rights reserved.</i>

PENDAHULUAN

Perpajakan pada umumnya merupakan sumber pendapatan yang paling penting di semua negara. Menurut perkiraan terbaru dari Badan Pusat Internasional untuk Pajak dan Pembangunan, total Penerimaan Perpajakan mencapai melebihi sebesar 80% dari total penerimaan negara bahkan di setengah negara dan bahkan hampir setiap negara yang ada di dunia mencapai lebih dari 50%. Hal ini juga dapat membuktikan bahwa pada suatu negara penerimaan perpajakan merupakan pendapatan yang sangat penting bagi semua negara.

Pajak terutang dalam tahun bersangkutan atau dalam tahun fiskal yaitu kredit pajak lebih kecil dibandingkan dengan pajak yang terutang pada pasal 29 menurut UU RI No. 7 Tahun 2021 tentang HPP cluster Pajak Penghasilan. Badan atau Perusahaan dan orang pribadi yang dimaksud wajib pajak pada pasal 29 UU N0. 7 Tahun 2021. Pada hal ini, Perusahaan percaya dan memiliki pandangan bahwa atas pajak penghasilan yang harus dilunasi laba bersih Perusahaan akan terkena dari dampaknya untuk tahun buku bersangkutan, apalagi dampak tersebut akan mengurangi atau meminimalkan laba bersih yang akan dihasilkan oleh Perusahaan pada tahun buku.

Sistem *self-assessment* dalam pemungutan pajak, seperti yang diterapkan di Indonesia, memberikan tanggung jawab kepada wajib pajak untuk menjalankan perhitungan, melaporkan, serta membayar pajak mereka sendiri kepada pemerintah. Namun, seperti yang dijelaskan oleh Sari et al. (2022) dan Wahab et al. (2017), sistem ini memiliki beberapa kelemahan yang bisa dipergunakan oleh para wajib pajak untuk menekan jumlah pajak yang semestinya dibayarkan. Hal ini dapat menyebabkan berbagai tindakan perencanaan pajak yang agresif.

Konsep agresivitas pajak, seperti yang dijelaskan oleh S. Chen et al. (dalam Sari et al., 2022), mengacu pada upaya yang diambil oleh perusahaan atau individu untuk secara legal meminimalkan kewajiban pajak mereka, seringkali dengan memanfaatkan celah hukum atau mengikuti interpretasi pajak yang agresif. Hal ini dapat mencakup penggunaan struktur perusahaan yang rumit, penataan keuangan yang kreatif, atau pemanfaatan insentif pajak yang tersedia.

Pengumpulan pajak yang agresif menimbulkan kemungkinan risiko terhadap pendapatan pajak yang menjadi sandaran negara. Dalam bisnis yang mengutamakan operasi penyiapan pajak dengan menggunakan pendekatan kedua, yang melanggar hukum, fenomena ini dapat dijelaskan. Oleh karena itu, keinginan utama dari agresivitas pajak adalah untuk mengurangi kewajiban pajak Perusahaan ke tingkat yang dapat diabaikan Sabna & Wulandari (2021). Selain itu, agresivitas pajak merupakan acuan untuk fasilitas penghematan biaya yang diberikan oleh korporasi, yang dapat mendongkrak atau memperluas pendapatan pemegang saham. Perusahaan juga dapat memanfaatkan sejumlah celah hukum dan strategi lain untuk mengurangi atau menghilangkan kewajiban pajak mereka. Pada gilirannya, dapat menyebabkan mereka beroperasi secara agresif sehubungan dengan pajak dan terlibat dalam praktik penghindaran pajak. Mengutip S. Chen et al. Dalam Sari et al., (2022).

Menurut Halimatusadiah dan Gunwan dalam Chandra & Cintya (2021) *good corporate governance* mencorakkan sistem perusahaan yang baik serta mempunyai tujuan untuk meninggikan kualitas para pemegang saham dan juga menyamaratakan kepentingan para penyelenggara kepentingan. Menurut Chandra & Cintya (2021) tata kelola sendiri merupakan sistem yang mengendalikan dan mengatur segala aktivitas yang dimiliki oleh perusahaan. *Good corporate governance* suatu wadah metode tata kelola yang bagus guna untuk membangkitkan perusahaan untuk menaati terhadap undang-undang dalam pembayaran pajak menurut Winata dalam Chandra & Cintya (2021).

Tidak seluruh Langkah pada perusahaan menerjang hukum, tetapi semakin membludak celah pajak yang dimanfaatkan atau semakin berusaha meminimalkan tagihan pajak, maka akan semakin agresif pula tindakan pada perusahaan untuk melakukannya. Sikap terhadap agresivitas pajak bisa diberi pengaruh oleh berbagai faktor, seperti keberadaan perempuan di dewan komisaris serta dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal.

Kinerja auditor dalam menunaikan pemeriksaan atas laporan keuangan suatu perusahaan sendirian memakai Standar Profesi Akuntan Publik (SPAP) serta pengetahuan dan pengalaman auditor inilah yang dimaksud dengan “kualitas audit” Putri et al., (2019). *Big Four Audit Firms* memiliki kemampuan audit yang kian bertambah kuat dibandingkan KAP lainnya, sebagaimana dikemukakan oleh

Damayanti & Susanto (2015), yang membahasakan bahwa Big Four memiliki afiliasi dari berbagai KAP di seluruh dunia. Dibandingkan dengan audited company by Non Big Four Audit firms, perusahaan yang laporan keuangannya diaudit oleh Big 4 (Deloitte, EY, KPMG, dan PWC) dituduh memiliki insiden penyelewengan yang jauh makin rendah. Perusahaan KAP Big 4 yang diaudit memiliki kualitas terbaik, tanpa ruang untuk manipulasi data keuangan.

Berdasarkan landasan tersebut, penelitian ini berencana untuk menguji kembali beberapa penelitian sebelumnya, salah satunya penelitian oleh Gokasina (2023), perbedaannya yaitu pada tahun penelitian dan juga sampel perusahaan, hal ini yang membuat peneliti memiliki ketertarikan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang berkontribusi pada penghindaran pajak. Bahwa didalam penelitian ini peneliti ingin melaksanakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Keberadaan Wanita Dalam Dewan Komisaris, Dewan Direksi dan Kualitas Auditor Eksternal Terhadap Agresivitas Pajak”**

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti mengambil pendekatan kuantitatif untuk menjelaskan fenomena hubungan antar variable dengan mengumpulkan data berupa data sekunder dan pengujian hipotesis. Tujuan dari penelitian ini ialah guna dapat melihat apakah keberadaan wanita dalam dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Peneliti memakai perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI tahun 2021-2023. Untuk menguji hipotesis ini teknik statistik yang dipakai adalah metode regresi data panel terdiri dari tiga model yaitu *common effect model*, *fixed effect model*, dan *random effect model*, lalu dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji autikorelasi. Pengujian hipotesis secara parsial (uji-t) atau pengujian simultan (uji-F), dilakukan sesudah model regresi, terlepas dari pengujian hipotesis klasik.

Penentuan Sampel dan Data

Penelitian ini memakai data sekunder, yakni data kuantitatif yang didapat dari laporan keuangan emiten melalui website Bursa Efek Indonesia dan emiten itu sendiri. Perusahaan di Sektor Properti dan Real Estate yang saat masuk dalam daftar BEI (2021-2023) menjadi populasi sasaran analisis ini. Sampling memiliki tujuan digunakan untuk mengumpulkan informasi berdasarkan faktor-faktor berikut:

1. Perusahaan Sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI 2021-2023.
2. Perusahaan yang tidak melakukan delisting selama periode penelitian.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama periode penelitian.
4. Perusahaan memiliki Laporan Keuangan yang lengkap dengan data yang dibutuhkan selama periode penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

Tabel 1. Perhitungan Sampel Penelitian

No.	Kriteria Penentuan Sampel Perusahaan	Jumlah
1	Perusahaan sektor <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di BEI pada tahun 2021-2023.	92
2	Perusahaan yang melakukan delisting selama periode penelitian	-
3	Perusahaan yang mengalami kerugian selama periode penelitian	(40)
4	Perusahaan yang tidak memiliki laporan keuangan yang lengkap dengan data yang dibutuhkan selama periode penelitian	(16)
Jumlah sampel perusahaan		36
Data outlier		(6)
Jumlah sampel perusahaan setelah eliminasi data outlier		30
Jumlah observasi dalam kurun waktu 3 tahun (3x30)		90

Sumber: Data diolah Kembali (2024)

Berdasarkan Tabel 1, penelitian ini menggunakan laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2021 hingga 2023 sebagai populasi, menyediakan semua data yang diperlukan untuk penelitian. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih perusahaan yang akan dijadikan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Sampel penelitian terdiri dari 90 laporan keuangan dari 30 perusahaan *property* dan *real estate* yang awalnya 36 perusahaan, namun karena terdapat data outlier yang membuat masalah pada uji asumsi klasik yaitu pada uji heterokedastisitas sehingga harus dihapus 6 perusahaan menjadi 30 perusahaan saja yang terdaftar di BEI dari tahun 2021-2023, dengan memenuhi kriteria yang telah ditentukan.

2. Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Variabel independen penelitian, seperti keberadaan wanita dalam dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal serta variabel dependen, seperti agresivitas pajak dijelaskan secara rinci menggunakan statistik deskriptif. Hasil statistik deskriptif disajikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	90	0.00	1.00	0.6778	0.46995
X2	90	0.00	1.00	0.5222	0.50230
X3	90	0.00	1.00	0.1556	0.36446
Y	90	0.00	27.75	6.2228	7.25258
Valid N (listwise)	90				

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan Tabel 2, hasil analisis statistik deskriptif dijelaskan sebagai berikut:

Keberadaan wanita dalam dewan komisaris (X_1) pada perusahaan *property* dan *real estate* digambarkan dengan nilai minimum sebesar 0,00 yang terjadi pada 9 perusahaan dari total 30 perusahaan, salah satunya yaitu PT Adhi Commuter Properti Tbk sedangkan keberadaan wanita dalam dewan komisaris yang terjadi pada 21 perusahaan dari total 30 perusahaan, salah satunya yaitu PT Makmur

Berkah Amanda Tbk digambarkan dengan nilai maksimum sebesar 1,00. Nilai standar deviasi sebesar 0,46995 dan nilai mean sebesar 0,6778 yang dibulatkan menjadi 1, artinya rata-rata sampel terdapat wanita dalam dewan komisaris perusahaannya. Nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa data bervariasi dan memiliki simpangan data yang rendah, sehingga data keberadaan wanita dalam dewan komisaris dapat menggambarkan data dengan baik.

Keberadaan wanita dalam dewan direksi (X_2) pada perusahaan *property* dan *real estate* digambarkan dengan nilai minimum sebesar 0,00 yang terjadi pada 14 perusahaan dari 30 perusahaan, salah satunya yaitu PT Winner Nusantara Jaya Tbk sedangkan keberadaan wanita dalam dewan direksi yang terjadi pada 16 perusahaan dari 30 perusahaan, salah satunya yaitu PT Jaya Sukses Makmur Sentosa Tbk digambarkan dengan nilai maksimum sebesar 1,00. Nilai standar deviasi sebesar 0,50230 dan nilai mean sebesar 0,5222 yang dibulatkan menjadi 1, artinya rata-rata sampel terdapat wanita dalam dewan direksi perusahaannya. Nilai mean lebih besar dari nilai standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa data bervariasi dan memiliki simpangan data yang rendah, sehingga data keberadaan wanita dalam dewan direksi dapat menggambarkan data dengan baik.

Kualitas auditor eksternal (X_3) pada perusahaan *property* dan *real estate* digambarkan dengan nilai minimum sebesar 0,00 yang terjadi pada 26 perusahaan dari 30 perusahaan, salah satunya yaitu PT Suryamas Dutamakmur Tbk sedangkan kualitas auditor eksternal yang terjadi pada PT Ciputra Development Tbk, PT Mega Manunggal Property Tbk, PT Metropolitan Land Tbk, dan PT Plaza Indonesia Realty Tbk digambarkan dengan nilai maksimum sebesar 1,00. Nilai standar deviasi sebesar 0,36446 dan nilai mean sebesar 0,1556 yang dibulatkan menjadi 0, artinya rata-rata sampel perusahaan diaudit oleh KAP non big four. Nilai mean lebih kecil dari nilai standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa data kurang bervariasi dan memiliki simpangan data yang cukup tinggi.

Agresivitas pajak (Y) terendah pada perusahaan *property* dan *real estate* sebesar 0,00 yang terjadi pada PT Adhi Commuter Properti Tbk tahun 2022 sedangkan agresivitas pajak tertinggi terjadi pada PT Era Graharealty Tbk tahun 2022 sebesar 27,75. Nilai standar deviasi sebesar 7,25258 dan nilai mean sebesar 6,2228 yang dibulatkan menjadi 6,2, artinya rata-rata agresivitas pajak perusahaan sampel sebesar 6,2%. Nilai mean lebih kecil dari nilai standar deviasi, hal ini menunjukkan bahwa data kurang bervariasi dan memiliki simpangan data yang cukup tinggi.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak, model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Kriteria pengujian Uji Normalitas dilakukan dengan menggunakan Uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan inflasi, signifikan 5% yaitu:

- 1) Jika probabilitas value $> 0,05$, maka data terdistribusi normal.

2) Jika probabilitas value $< 0,05$, maka data tidak terdistribusi normal.

Tabel 3. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.36253180
Most Extreme Differences	Absolute	0.083
	Positive	0.083
	Negative	-0.070
Test Statistic		0.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.175^c

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan Tabel 3 Hasil Uji Normalitas *One Sample Kolmogorov-smirnov Test* dengan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,175 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan ada korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik Ketika tidak terjadi multikolinearitas. Jika nilai VIF < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Jika nilai VIF > 10 , maka dapat disimpulkan bahwa ada multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.355	0.295			
	X1	-0.777	0.313	-0.254	0.997	1.003
	X2	0.542	0.301	0.189	0.947	1.056
	X3	-0.427	0.414	-0.108	0.948	1.055

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan hasil Uji Multikolinearitas di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris (X_1), keberadaan wanita dalam dewan direksi (X_2), dan kualitas auditor eksternal (X_3) memperoleh nilai VIF kurang dari 10,00. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mempunyai masalah Multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ditujukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastis dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homoskedastisitas atau tidak heteroskedastisitas. Hasil penelitian heteroskedastisitas terhadap variabel dependen agresivitas pajak menggunakan uji gletser yang disajikan pada tabel berikut:

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas Awal

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-0.237	0.582		-0.407	0.687
	X1	1.051	0.506	0.347	2.076	0.046
	X2	-0.349	0.344	-0.186	-1.016	0.318
	X3	0.712	0.319	0.415	2.228	0.033

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris (X_1) dan kualitas auditor eksternal (X_3) memperoleh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini mempunyai masalah heteroskedastisitas. Agar terhindar dari masalah heteroskedastisitas maka harus dihapus beberapa data yang memiliki nilai ekstrem atau disebut juga outlier. Berikut hasil uji heteroskedastisitas setelah mengeliminasi data outlier:

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas Setelah Eliminasi Outlier

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.232	0.165		7.449	0.000
	X1	-0.068	0.176	-0.042	-0.389	0.699
	X2	-0.069	0.169	-0.045	-0.407	0.685
	X3	-0.209	0.232	-0.099	-0.900	0.371

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris (X_1), keberadaan wanita dalam dewan direksi (X_2), dan kualitas auditor eksternal (X_3) memperoleh nilai signifikansi lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak mempunyai masalah heteroskedastisitas setelah mengeliminasi data outlier 6 perusahaan.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi dalam model regresi linier berganda antara error pada periode t-1 (sebelumnya) dengan *confounder* pada periode t. Uji Durbin-Watson, atau Uji DW, dapat digunakan untuk menentukan ada tidaknya autokorelasi. Hanya autokorelasi tingkat pertama yang diuji dengan uji Durbin-Watson, yang membutuhkan konstanta dalam model regresi tetapi tidak ada variabel di antara variabel independen.

Jika $du < d < 4 - du$ maka dapat dikatakan bebas dari masalah autokorelasi. Untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW Test), berikut adalah hasil uji autokorelasi:

Tabel 7. Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.251 ^a	0.063	0.030	6.62605	2.097

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan pada Tabel 7, menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 2,097. Adapun dari tabel Durbin-Watson dengan signifikansi 0,05 dengan jumlah data (variabel $x = 3$ dan $n = 90$) maka diperoleh nilai dU sebesar 1,7264 sehingga nilai $4 - dU$ ($4 - 1,7264 = 2,2736$). Karena nilai Durbin-Watson lebih besar dari dU dan lebih kecil dari $4 - dU$, maka disimpulkan bahwa $dU < d < 4 - dU = 1,7264 < 2,097 < 2,2736$ dengan keputusan bahwa persamaan regresi tersebut tidak terjadi autokorelasi positif atau negatif.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis regresi berganda yang dilakukan dalam penelitian menggunakan metode enter dengan model sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

Tabel 8. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	2.355	0.295	
	X1	-0.777	0.313	-0.254
	X2	0.542	0.301	0.189
	X3	-0.427	0.414	-0.108

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh persamaan regresi yang terjadi pada penelitian ini yaitu:

$$Y = 2,355 - 0,777 X_1 + 0,542 X_2 - 0,427 X_3 + \varepsilon$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstan variabel agresivitas pajak adalah sebesar 2,355. Menunjukkan jika variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal adalah 0, maka agresivitas pajak sebesar 2,355.
- 2) Nilai koefisien variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris (X_1) adalah sebesar -0,777. Ketika variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris mengalami peningkatan sebanyak 1 satuan maka akan menurunkan agresivitas pajak sebesar 0,777 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.
- 3) Nilai koefisien variabel keberadaan wanita dalam dewan direksi (X_2) adalah sebesar 0,542. Ketika variabel keberadaan wanita dalam dewan direksi mengalami peningkatan sebanyak 1 satuan maka akan menaikkan agresivitas pajak sebesar 0,542 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.
- 4) Nilai koefisien variabel kualitas auditor eksternal (X_3) adalah sebesar -0,427. Ketika variabel kualitas auditor eksternal mengalami peningkatan sebanyak

1 satuan maka akan menurunkan agresivitas pajak sebesar 0,427 dengan asumsi variabel bebas lainnya dianggap konstan.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi dilaksanakan dengan memperhatikan besaran nilai *Adjusted R²*. Dimana nilai *Adjusted R²* adalah koefisien determinasi yaitu koefisien yang menjelaskan seberapa besar proporsi variasi dalam dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel - variabel independen secara bersama-sama.

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.316 ^a	0.100	0.068	1.38609	1.295

Sumber: Output SPSS 23

Data pada Tabel 9 menunjukkan nilai *adjusted R-Square* sebesar 0,068. Hal ini berarti bahwa 6,8% variasi nilai agresivitas pajak ditentukan oleh peran dari variasi nilai keberadaan wanita dalam dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kontribusi nilai keberadaan wanita dalam dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal memengaruhi agresivitas pajak sebesar 6,8% sementara 93,2% adalah kontribusi variabel lain yang tidak termasuk di dalam penelitian ini.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji f menggunakan tingkat alpha sebesar 0,05. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 maka model regresi layak untuk digunakan. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.275	3	6.092	3.171	0.028^b
	Residual	165.228	86	1.921		
	Total	183.503	89			

Sumber :Output SPSS (data diolah, 2023)

Pada Tabel 10, dapat diketahui bahwa nilai hasil uji F menunjukkan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,028. Nilai signifikansi yang dihasilkan dari pengujian di atas lebih kecil dari nilai signifikansi sebesar 0,05 ($0,028 < 0,05$); maka dapat diketahui bahwa model penelitian layak dan model penelitian yang dibangun dapat memberikan penjelasan yang baik pada variabel independen keberadaan wanita dalam dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal terhadap variabel dependen agresivitas pajak merupakan model yang layak untuk diuji.

c. Uji signifikansi Parsial (Uji statistik t)

Uji t digunakan untuk melihat apakah keberadaan wanita dalam dewan komisaris, keberadaan wanita dalam dewan direksi, dan kualitas auditor eksternal berpengaruh secara parsial (individual) terhadap agresivitas pajak

digunakan uji signifikansi parsial. Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- b. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis tidak dapat ditolak. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 11. Uji signifikansi (Uji statistik t)

Model	Prediksi	Unstandardized B	t	Sig 2 tailed	Sig 1 tailed	Keterangan
Constant						
X1	+	-0,777	-2,480	0,015	0,0075	H1 ditolak
X2	+	0,542	1,802	0,075	0,0375	H2 diterima
X3	+	-0,427	-1,032	0,305	0,1525	H3 ditolak

Sumber: Output SPSS 23

Berdasarkan hasil pengujian parsial (uji t), pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris (X_1) memiliki nilai unstandardized sebesar -0,777, hal ini menunjukkan hubungan yang negatif sehingga tidak sesuai dengan hipotesis, maka hipotesis pertama ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa keberadaan wanita dalam dewan komisaris secara parsial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
- 2) Variabel keberadaan wanita dalam dewan direksi (X_2) memiliki nilai unstandardized sebesar 0,542, hal ini menunjukkan hubungan yang positif sehingga sesuai dengan hipotesis, maka hipotesis kedua diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa keberadaan wanita dalam dewan direksi secara parsial berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
- 3) Variabel kualitas auditor eksternal (X_3) memiliki nilai unstandardized sebesar -0,427, hal ini menunjukkan hubungan yang negatif sehingga tidak sesuai dengan hipotesis, maka hipotesis ketiga ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas auditor eksternal secara parsial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Keberadaan Wanita Dalam Dewan Komisaris Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t), variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris memiliki nilai unstandardized sebesar -0,777, hal ini menunjukkan hubungan yang negatif sehingga tidak sesuai dengan hipotesis, maka hipotesis pertama ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel keberadaan wanita dalam dewan komisaris secara parsial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal ini berarti keberadaan anggota dewan komisaris wanita tidak menentukan efektivitas pengawasan terhadap manajemen perusahaan. Berarti keberadaan anggota dewan komisaris wanita tidak berpengaruh terhadap tindakan manajemen perusahaan dalam agresivitas pajak. Proporsi

anggota dewan wanita dalam perusahaan masih terlalu sedikit untuk memberikan dampak dalam perencanaan pajak.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Demos dan Muid (2020) yang menyatakan bahwa keberadaan wanita dalam dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sandra (2022), serta Waryani *et al.* (2024) yang menyatakan bahwa keberadaan wanita dalam dewan komisaris berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

2. Pengaruh Keberadaan Wanita Dalam Dewan Direksi Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji *t*), variabel keberadaan wanita dalam dewan direksi memiliki nilai unstandardized sebesar 0,542, hal ini menunjukkan hubungan yang positif sehingga sesuai dengan hipotesis, maka hipotesis kedua diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel keberadaan wanita dalam dewan direksi secara parsial berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Dimana keberadaan Wanita dalam dewan direksi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap agresivitas pajak. Hasil ini membuktikan bahwa semakin banyaknya direksi Wanita dapat mempengaruhi agresivitas pajak di perusahaan. Ini juga menunjukkan bahwa direksi wanita mampu mempengaruhi dan memberikan keputusan perpajakan. Dengan adanya wanita di eksekutif perusahaan diharapkan mampu memberikan pandangan yang luas dan berusaha menghindari resiko dalam pengambilan keputusan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Hudha dan Utomo (2021) yang menyatakan bahwa keberadaan wanita dalam dewan direksi berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Demos dan Muid (2020), serta Kamul dan Riswandari (2021) yang menyatakan bahwa keberadaan wanita dalam dewan direksi tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

3. Pengaruh Kualitas Auditor Eksternal Terhadap Agresivitas Pajak

Berdasarkan hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji *t*), variabel kualitas auditor eksternal memiliki nilai unstandardized sebesar -0,427, hal ini menunjukkan hubungan yang negatif sehingga tidak sesuai dengan hipotesis, maka hipotesis ketiga ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas auditor eksternal secara parsial tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Hal tersebut berarti bahwa perusahaan yang diaudit oleh KAP besar atau KAP *big four* yaitu EY, KPMG, Delloite, PWC belum terbukti dapat mengurangi tindakan agresivitas pajak. Nilai koefisien regresi variabel bernilai negatif yang berarti kualitas auditor eksternal dapat mengurangi adanya tindakan agresivitas pajak. Hal tersebut dapat diartikan bahwa KAP *non big four* juga mampu mengurangi adanya tindakan agresivitas pajak. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Putri *et al.* (2019), serta Meilinda dan Indriani (2024) yang menyatakan bahwa kualitas auditor eksternal tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Sedangkan penelitian ini tidak mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ambarsari *et al.* (2020), serta Ghifary *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa kualitas auditor eksternal berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian yang penulis jelaskan pada hasil dan pembahasan mengenai “Analisis Semiotika Charles Sanders Pierce pada Konten TikTok dalam *Political Branding* Prabowo-Gibran di Pemilihan Umum 2024”, dapat ditarik kesimpulan bahwa *Political Branding* Prabowo-Gibran dapat dianalisis berdasarkan enam aspek branding berkarakter (Kotler *et al.*, 2017) yaitu fisik, intelektualitas, emosional, sosial, kepribadian, dan kemampuan moral. Dalam konteks kampanye politik di era media sosial, pasangan calon Prabowo-Gibran berhasil mengoptimalkan platform TikTok untuk mempengaruhi dinamika politik dan persepsi publik. Mereka menggunakan berbagai strategi branding yang cerdas, seperti penampilan fisik yang konsisten dengan penggunaan kemeja biru muda yang memberikan kesan stabil dan tenang.

Penggunaan bahasa gaul untuk menciptakan kedekatan dengan pemilih muda, serta pemanfaatan kecerdasan buatan dalam kampanye iklan dan konten yang menampilkan interaksi langsung dengan masyarakat, berhasil menarik perhatian dan meningkatkan popularitas mereka di platform ini. Keterlibatan mereka dengan ulama dan tokoh agama, serta tindakan sosial seperti memberikan sepatu kepada pendukung, menunjukkan kedekatan emosional dan kepribadian yang peduli terhadap masyarakat. Secara keseluruhan, hal ini membantu memperkuat citra mereka sebagai pemimpin yang responsif dan berorientasi pada kesejahteraan sosial. Branding "SAMSUL" yang diadopsi Gibran juga menunjukkan kemampuannya untuk mengubah kritik menjadi elemen positif dalam *branding*. Dengan demikian, strategi komunikasi mereka di TikTok berhasil membentuk persepsi positif terhadap pasangan calon ini di kalangan pemilih muda dan secara luas memperkuat posisi mereka dalam kompetisi politik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* (P. Rapanna (Ed.)). CV. Syakir Media Press.
- Abidin, S., & Ageng, R. C. (2019). Political Branding Ridwan Kamil Pada Masa Kampanye Pilgub Jawa Barat 2018 Melalui Twitter. *COMMED: Jurnal Komunikasi dan Media*. 4(1), 33–48.
- Alam, S. (2019). *Strategy of Political Party Campaign on Social Media (Case Study of Partai Solidaritas Indonesia in Criticizing the Indonesian Parliament through Youtube)*. ICCD. 2(1), 494–499.
- Aldira, M. H. F., & Khuza'i, R. (2024). Analisis Semiotik Pesan Dakwah dalam Akun Tiktok @huseinjafar. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*. 4(1), 1–9.
- Aminarsih, R., & Agus, M. F. (2023). Analisis Semiotika Pada Political Branding Walikota Solo Pada Akun Twitter @gibran_tweet. 5(1), 79–92.
- Ardiyanti, V. Z. (2022). Analisis Semiotika Representasi Influencer Dalam Film “The American Meme.” 8(5), 2003–2005.
- BBC News Indonesia. (2023). KPU Tetapkan Nomor Urut Capres-Cawapres, Pencalonan Prabowo-Gibran Sudah Sah dan Final? <https://www.bbc.com/indonesia/articles/c84v04yw7ggo>

- Cahyani, A. S., & Supratiwi. (2020). Peran Ulama Kalangan Nahdlatul Ulama (NU) dalam Kontestasi Pemilihan Bupati di Kabupaten Purbalingga Tahun 2020. *Journal of Politic and Government Studies*. 13(1), 346-355.
- Fahruji, D., Atef, F. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Kampanye Politik Menjelang Pemilu 2024: Studi Kasus tentang Akun Media Sosial Partai Politik dan Politisi. *JIKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Andalan*. 6(2), 118-132.
- Faradis, N., Naura, A. A. F., Muhammad, I. A. A. (2023). Media Sosial dan Persepsi Publik: Analisis Strategi Kampanye Digital Calon Presiden Indonesia 2024. *SNIS: Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial*. 2, 643-652.
- Fatimah. (2020). *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*. Gowa: TallasaMedia. https://doi.org/10.1007/978-3-476-04949-0_117
- Ginasari, W., Firmansyah., Pamungkas, Y. R. P., & Nadya, H. T. S. (2024). Strategi Komunikasi Paslon Prabowo Gibran dalam Meningkatkan Kesadaran dan Partisipasi Gen Z dan Milenial dalam Pemilu 2024. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*. 2(1), 48-56.
- Haris, A. (2022). Strategi Komunikasi Politik Interaktif di Era Virtualitas. *Jurnal Publik Reform Universitas Dharmawangsa*. 9(1), 34-44.
- Haris, I. P., dkk. (2024). Tren Terkini dalam Ilmu Komunikasi di Indonesia: Antara Transformasi Digital dan Dinamika Budaya. 1(1), 140-149.
- Hayat, M. A., dkk. (2021). Peran Media Sosial Dalam Komunikasi Politik. *JIST: Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*. 2(1), 104-114.
- Hebert, L., & Desmedt, N. E. (2011). *Tools for Text and Image Analysis: An Introduction to Applied Semiotics*. The Actantial Model. 418, 49-56.
- Hindarto, I. H. (2022). *Tiktok and Political Communication of Youth: A Systematic Review*. *JRP: Jurnal Review Politik*. 12(2), 146-176.
- Indrawan, J., Efriza, & Anwar, I. (2020). Kehadiran Media Baru (New Media) Dalam Proses Komunikasi Politik. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau* 8(1), 1-17.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant. 216-218
- Kafka, M. K. R., dkk. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap Orientasi Politik Pemilih Pemula Siswa Pada Pemilu. *Jurnal Pendidikan Transformatif (Jupetra)*. 1(2), 132-141.
- Kotler, P., dkk. (2017). *Marketing for Competitiveness: Asia yang Mendunia Pada Era Konsumen Digital*. Mizan Digital Publishing.
- Kurnia, M. I. (2023). *Branding Politik: Teori dan Opini*. Omera Pustaka. <https://play.google.com/books/reader?id=yvHzEAAQBAJ&pg=GBS.PP4>
- Mouw, E. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Rake Sarasin (Issue March). <https://scholar.google.com/citations?user=O-B3eJYAAAAJ&hl=en>
- Munthe, N. K. B., Dini, A. L., & Marzuki. (2022). Pemasaran Politik dalam Media Sosial (Studi Political Marketing Pilkada Serdang Bedagai 2020 melalui Facebook). *Hijaz: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 1(4), 1-5.

- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In Yogyakarta Press. http://www.academia.edu/download/35360663/METODE_PENELITIAN_KUALITAIF.docx
- Nainggolan, V., Sintje, A. R., & Grace, J. W. (2018). Peranan Media Sosial Instagram dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Unsrat Manado. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*. 7(4), 1-15.
- Nuryaningsih, A. N. (2024). Strategi Komunikasi Politik Melalui Platform TikTok untuk Meningkatkan Partisipasi Politik pada Pemilu Tahun 2024. 3(10), 347-352.
- Putra, O. D., Siska, A. S., & Eny, R. (2022). Political Branding Ganjar Pranowo Melalui Media Sosial Instagram @ganjar_pranowo. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara dan Ilmu Komunikasi*. 8(2), 1-16.
- Putranto, A., Paput, T. C. (2024). Komunikasi Politik. Yayasan Cendikia Mulia Mandiri. https://digilib.bakrie.ac.id/index.php?p=show_detail&id=6000
- Sahid, R., & Heri, B. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran Politik Airlangga Hartarto dalam Membangun Political Branding Menjadi Capres 2024. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. 13(2), 238.
- Sanjaya, A., Iding, R. (2023). Strategi Political Marketing Partai Solidaritas Indonesia dalam Memperoleh Suara di DPRD Provinsi DKI Jakarta pada Pemilu 2019. *Jurnal Ilmu Sosial Indonesia (JISI)*. 4(1), 25-31.
- Sarihati, T., Muhammad, L., & Budi, K. (2019). Komunikasi Politik, Media Massa, dan Opini Publik (D. Safitri (Ed.)). PT Rajagrafindo Persada.
- Sobur, A. (2020). Semiotika Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya.
- Sugandi, A. T. (2024). Taktik Kampanye Pilpres di TikTok. DetikX. <https://news.detik.com/x/detail/spotlight/20240115/Taktik-Kampanye-Pilpres-di-TikTok/>
- Suling, D. R. (2024). Penggunaan Media Sosial oleh Peserta Pemilu Pada Masa Tenang (Pelanggaran Pemilu Atau Kebebasan Berekspresi). *JUSTNESS: Jurnal Hukum Politik dan Agama*. 4(01), 1-15.
- Susilawaty, dkk. (2024). Melihat ke Belakang: Panggung Gemoy dan Dinamika Politik Masa Kini. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 4(3), 182-192.
- Wibowo, I. S. W. (2018). Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi (3rd Ed). Jakarta: Mitra Wacana Media. <https://inislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=13778>
- Wibowo, K. (2023). Kampanye Partisipatif dalam Pemilihan Umum Tahun 2024. *Jurnal Bawaslu DKI Jakarta*. 8(3), 109-118.
- Yusran, I. I., & Sapar, S. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Perilaku Pemilih Dalam Memprediksi Partisipasi Pemilih Pada Pemilu 2024 (Studi di Kecamatan Mappedeceng Kab. Luwu Utara). *Darma Agung*, 30(2), 187-203.