Pengaruh Narsisisme CEO, *CEO Overconfidence,* dan Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak Pada Bank Syariah Periode 2017-2023

SKRIPSI

Oleh:

Nama: Alya Adinda Putri

No. Mahasiswa: 20312216

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2024

Pengaruh Narsisisme CEO, *CEO Overconfidence,* dan Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak Pada Bank Syariah Periode 2017-2023

SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata-1 Program Studi Akuntansi pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika UII

Oleh:

Nama: Alya Adinda Putri

No. Mahasiswa: 20312216

PROGRAM STUDI AKUNTANSI

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA UII

UNIVERSITAS ISLAM Indonesia

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lian, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 18 Desember 2024

Penulis,

(Alya Adinda Putri)

HALAMAN PENGESAHAN

Pengaruh Narsisisme CEO, *CEO Overconfidence,* dan Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak Pada Bank Syariah Periode 2017-2023

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama: Alya Adinda Putri

No. Mahasiswa: 20312216

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing

Pada Tanggal, 17 Desember 2024

Dosen Pembimbing

(Ataina Hudayati, Dra., M.Si., Ak., Ca., Ph.D)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Pengaruh Narsisisme CEO, CEO Overconfidence, dan Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak Pada Bank Syariah Periode 2017-2023

Disusun oleh : ALYA ADINDA PUTRI

Nomor Mahasiswa : 20312216

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji dan dinyatakan Lulus
pada hari, tanggal: Rabu, 08 Januari 2025

Penguji/Pembimbing Skripsi : Ataina Hudayati, Dra., M.Si., Ak., CA., Ph.D

Penguji : Isti Rahayu, Dra., M.Si., Ak., CA.

Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia

Prof. Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CertIPSAS.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, ridho, rizki dan Karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi berjudul "Pengaruh Narsisisme CEO, *CEO Overconfidence*, dan Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak Pada Bank Syariah Periode 2017-2023" disusun guna memenuhi syarat dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S-1) Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika.

Selama studi dan dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah memperoleh bantuan, bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, serta karunia-Nya
2. Kedua orang tua tercinta yaitu Bapak Drs. Makmur dan Ibu Herlina Agustina, S.Kep. Ns., yang telah senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis, serta menjadi semangat penulis dalam menyelesaikan skripsi.
3. Alby Griondy Putra S.Kom. dan Anisah Ananda Putri S. Ars, M.Ars.L, selaku abang dan kakak tercinta yang selalu mengingatkan dan menjadi tempat berkeluh kesal sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Ataina Hudayati, Dra., M.Si., Ak., Ca., Ph.D selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu serta arahan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
6. Bapak Johan Arifin, S.E., M.Si., Ph.D., CFrA, CErtIPSAS., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
7. Bapak Prof. Rifqi Muhammad, S.E., S.H., M.Sc., Ph.D., SAS, ASPM selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen, Pegawai, Staf Jurusan Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ilmu dan bantuan kepada penulis selama menempuh pendidikan Strata-1.
9. Sahabat penulis, Selvina yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis hingga saat ini.
10. Delapan Serangkai (Lala, Meylani, Nabela, Nadia, Natasya, Nesa, dan Rts), yang telah menjadi sahabat penulis sedari SMP.
11. KKN unit 251 Desa Bocor (Akmal, Dinda, Farah, Lily, Nilna, Sigit, dan Zidane).
12. Teman-teman prodi Akuntansi Angkatan 2020 yang telah membantu setiap proses pembelajaran selama masa studi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika.
13. Dan yang terakhir, terima kasih untuk diri penulis sendiri atas segala kerja keras dan usahanya sehingga mampu menyelesaikan studi hingga akhir.

Akhir kata, penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Penulis terbuka untuk kritik dan saran yang mampu membuat skripsi ini menjadi lebih baik. Semoga penelitian dalam skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 18 Desember 2024

Penulis

(Alya Adinda Putri)

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR/SKRIPSI iv
KATA PENGANTAR vi
DAFTAR ISI ix
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR GAMBAR xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiiii
ABSTRAK xivv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 5
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.5 Sistematika Penulisan 6
BAB II KAJIAN PUSTAKA 8
2.1 Landasan Teori 8
2.1.1 Teori Agensi 8
2.1.2 Penghindaran Pajak 9
2.1.3 Narsisisme CEO 11
2.1.4 *CEO Overconfidence* 12
2.1.5 Publisitas CEO 14
2.2 Tinjauan Penelitian Terlebih Dahulu 16
2.3 Pengembangan Hipotesis 22
2.3.1 Pengaruh Narsisisme CEO Terhadap Penghindaran Pajak 22
2.3.2 Pengaruh *CEO Overconfidence* Terhadap Penghindaran Pajak 23
2.3.3 Pengaruh Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak 24
2.4 Kerangka Konseptual 26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN 27
3.1 Populasi Penelitian dan Pengambilan Sampel 27
3.2 Teknik Pengumpulan Data 27

3.3 Variabel dan Pengukuran Variabel 28
3.3.1 Variabel Dependen 28
3.3.2 Variabel Independen 29
3.4 Metode Analisis Data 32
3.4.1 Analisis Deskriptif 32
3.4.2 Uji Asumsi Klasik 32
3.5 Uji Hipotesis 36
3.5.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda 36
3.5.2 Koefisien Determinasi (R^2) 37
3.5.3 Uji Statik -T 38
3.5.4 Uji Signifikansi F 39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 40
4.1 Data Penelitian 40
4.2 Analisis Deskriptif 41
4.3 Uji Asumsi Klasik 43
4.3.1 Uji Normalitas 43
4.3.2 Uji Multikolinearitas 44
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas 45
4.3.4 Uji Autokorelasi 45
4.4 Uji Hipotesis Analisis Regresi Linear Berganda 46
4.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2) 49
4.4.2 Uji Statistik-T 50
4.4.3 Uji Signifikansi F 52
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian 52
4.5.1 Pengaruh Narsisisme CEO Terhadap Penghindaran Pajak 52
4.5.2 Pengaruh *CEO Overconfidence* Terhadap Penghindaran Pajak 53
4.5.3 Pengaruh Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak 53
BAB V KESIMPULAN 55
5.1 Kesimpulan 55
5.2 Keterbatasan Penelitian 56
5.3 Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 57
LAMPIRAN 59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penghindaran Pajak di ASEAN 2023 (dalam Juta USD)..... 2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu di Luar Negeri 20
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu di Dalam Negeri 20
Tabel 4.1 Hasil Seleksi Sampel Kriteria 40
Tabel 4.2 Hasil Uji Analisis Deskriptif 41
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas 43
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas.....44
Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas 45
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi.....46
Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....46
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi 48
Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik-T (Uji Parsial).....50
Tabel 4.10 Hasil Uji F 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangkan Konseptual 26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan 59
Lampiran 2 Analisis Nilai CETR 60
Lampiran 3 Data Narsisisme CEO 62
Lampiran 4 Analisis Nilai *CEO Overconfidence* 63
Lampiran 5 Data Publisitas CEO 65

ABSTRAK

Pajak menjadi sumber utama untuk membiayai pengeluaran negara, baik untuk kebutuhan rutin seperti belanja pegawai maupun untuk pembiayaan pembangunan. Namun, realitanya masih banyak yang melakukan praktik penghindaran pajak, menyebabkan Indonesia berada pada peringkat ke 2 se-ASEAN sebagai negara yang paling banyak kehilangan pendapatan pajak akibat dari penghindaran pajak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh narsisisme CEO, *CEO overconfidence*, dan Publisitas CEO terhadap penghindaran pajak. Populasi yang digunakan ada penelitian ini adalah perusahaan perbankan syariah yang terdaftar di OJK periode 2017-2023. Sampel yang diperoleh adalah 11 perusahaan dan 56 data observasi dengan menggunakan metode *purposive sampling.* Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil untuk penelitian ini menunjukkan bahwa narsisisme CEO dan *CEO overconfidence* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Sedangkan variabel Publisitas CEO tidak berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak.

Kata kunci: Penghindaran Pajak, Narsisisme CEO, *CEO Overconfidence*, Publisitas CEO

ABSTRACT

Taxes are the main source of funding for state expenditures, both for routine needs such aas employee expenses and for development financing. However, in reality, may still engage in tax avoidance practices, placing Indonesia as the second-ranked country in ASEAN for losing the most tax revenue due to tax avoidance. The purpose of this study is to determine the effect of CEO narcissism, CEO overconfidence, and CEO publicity on tax avoidance. The population used in this study consists of Islamic banking companies listed with the Finanical Services Authority (OJK) for the 2017-2023 period. The sample obtained includes 12 companies and 56 observational data points using the purposive sampling method. The analysis method employed is multiple linear regression. The resulsts of this study indicates that CEO narcissism and CEO overconfidence have a positive effect on tax avoidance, while the CEO publicity variabel does not affect tax avoidance practices.

Keywords: Tax Avoidance, CEO Narcissism, CEO Overconfidence, CEO Publicity

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pajak merupakan sumber penerimaan terbesar bagi negara. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 menyatakan bahwa pajak dapat diartikan sebagai kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Sebagai salah satu instrumen kebijakan fiskal, pajak memiliki peran penting dalam perekonomian negara. Fungi pajak tidak hanya sebatas pada fungsi anggaran (*budgetair*), tetapi juga mencakup fungsi mengatur (*regulerend*), fungsi stabilitas, dan fungsi redistribusi pendapatan. Pajak menjadi sumber utama untuk membiayai pengeluaran negara, baik untuk kebutuhan rutin seperti belanja pegawai maupun untuk pembiayaan pembangunan. Selain itu, melalui kebijakan pajak, pemerintah dapat mengatur pertumbuhan ekonomi, menjaga stabilitas harga, serta mendistribusikan pendapatan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dilansir dari Pajakku.com (2024), Menteri Keuangan Republik Indonesia, Sri Mulyani Indrawati, menyampaikan bahwa penerimaan pajak hingga April 2024 anjlok. Pajak Penghasilan (PPh) Badan masih menjadi sumber utama penerimaan pajak, namun kontribusinya mengalami penurunan signifikan sebesar 35,5%, yang mana pajak penghasilan badan telah menyumbang 22,1% dari total penerimaan pajak di Indonesia. Pengamat Pajak dari Center for Indonesia Taxation Analysis

(CITA), Fairy Akbar, menekankan bahwa hal tersebut dikarenakan oleh kinerja buruk PPh Badan.

Tabel 1.1 Penghindaran Pajak di ASEAN 2023 (dalam Juta USD)

Negara	Pajak yang hilang setiap tahun akibat penghindaran pajak global	Kerugian pajak setiap tahun dari penghindaran pajak oleh perusahaan
Indonesia	2.806,3	2.736,5
Malaysia	1.065	775
Singapura	2.394,1	598,6
Thailand	880,8	231,8
Filipina	3.223,1	2.996,4
Brunei Darussalam	13,9	13,9
Vietnam	1.568,6	1,521,2
Laos	31,5	29,5
Myanmar	141,8	140,8
Kamboja	257.8	243
Timor Leste	5,4	5,3

Sumber: (Tax Justice Network, 2023)

Berdasarkan pada tabel 1.1, dapat kita lihat bahwa penghindaran pajak yang terjadi di Indonesia pada tahun 2023 yaitu sebesar 2.806,3 juta USD yang mana 2.736,5 juta USD berasal dari penghindaran pajak oleh perusahaan. Hal tersebut menempatkan Indonesia pada peringkat ke 2 se-ASEAN sebagai negara yang paling banyak kehilangan pendapatan pajak akibat dari penghindaran pajak. Nilainya yang fantastis setara dengan 2.6% dari total pajak yang hilang secara global, setara dengan hilangnya 11 USD perorangan dengan populasi 267 juta penduduk. Selain itu, nilai pajak yang hilang juga setara dengan 19.01% budget kesehatan dan 8.97% pengeluaran untuk pendidikan. (Tax Justice Network, 2023)

Dalam menjalankan kegiatan operasional, manajemen perbankan sering kali dihadapkan pada konflik kepentingan. Tujuan jangka panjang perusahaan untuk menjaga keberlangsungan (*going concern*) bank dan memaksimalkan

kekayaan pemegang saham seringkali bertabrakan dengan kepentingan pribadi. Manajemen cenderung mengejar pencapaian jangka pendek yaitu berupa laba yang tinggi ketika penilaian kinerja manajemen didasarkan pada pencapaian laba. Sektor perbankan berkaitan erat dengan pengambilan risiko. Stabilitas perbankan sangat ditentukan oleh kemampuan bank dalam mengelola risiko ini. Tidak sedikit manajemen bank melakukan pengambilan risiko yang agresif sebagai upaya memperoleh target pembiayaan jangka pendek guna mencapai kinerja yang diharapkan oleh pemegang saham. Selain itu terdapat pula aktivitas penghindaran pajak (*tax avoidance*) yang sering dilakukan karena pajak yang dibayarkan kepada pemerintah merupakan biaya yang dapat mengurangi laba bersih bank. (Luthan & Mazelfi, 2023)

Berdasarkan fenomena penghindaran pajak di atas, terdapat beberapa faktor kenapa hal tersebut dapat terjadi. Variabel pertama adalah narsisisme CEO. Narsisisme adalah hal (keadaan) mencintai diri sendiri secara berlebihan. CEO yang narsis artinya CEO yang memiliki kepercayaan diri lebih tinggi terhadap dirinya sendiri. Menurut Hsieh et al (2018), CEO yang narsis sangat peduli terhadap popularitas dan pujian yang akan mereka dapatkan. CEO yang memiliki tingkat narsisisme yang tinggi akan lebih mengharapkan pengakuan dari seseorang terhadap pekerjaan ataupun hal yang mereka lakukan. Maka dari hal tersebut CEO yang memiliki kepercayaan diri tinggi akan cenderung melakukan praktik penghindaran pajak.

Variabel kedua adalah *CEO overconfidence*. CEO yang terlalu percaya diri perlu menghasilkan pendapatan untuk memenuhi ekspektasi laba dan memperkuat

kepercayaan diri mereka (Hsieh et al., 2018). Ini bisa mengakibatkan ketidakakuratan niat ketika kinerja nyata perusahaan tidak memenuhi ekspektasi pengembalian di masa depan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sogouir (2023) dan Sumunar (2023) menyatakan bahwa CEO narsisme berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Namun, Bivianti (2022) menyatakan dalam penelitian mereka bahwa CEO narsisisme berpengaruh negatif atau bahkan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

Publisitas CEO didefinisikan sebagai informasi tentang CEO termasuk karakteristik kepemimpinan perusahaan dalam kaitannya dengan perhatian terhadap publik dan harapan investor (Duan et al., 2018). CEO dengan publisitas tinggi mampu mengendalikan perusahaan melalui kebijakan penghindaran pajak yang ia tetapkan sehingga manajemen mendapatkan kompensasi dan juga berdampak positif pada perusahaan yakni meningkatkan nilai saham perusahaan sehingga semakin banyak investor yang tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. Penelitian dari Akbar (2021) dan Duan (2018) membuktikan bahwa CEO dengan publisitas tinggi cenderung menggunakan penghindaran pajak untuk meningkatkan laba yang dilaporkan dan memenuhi harapan kinerja pasar.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, peneliti melakukan penelitian dengan mengambil judul **"Pengaruh Narsisisme CEO, CEO *Overconfidence*, dan Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak Pada Bank Syariah Periode 2017-2023"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan tersebut, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Apakah narsisisme CEO berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
2. Apakah CEO *overconfidence* berpengaruh terhadap penghindaran pajak?
3. Apakah publisitas CEO berpengaruh terhadap penghindaran pajak?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis adanya pengaruh narsisisme CEO terhadap penghindaran pajak.
2. Untuk menganalisis adanya pengaruh CEO *overconfidence* terhadap penghindaran pajak.
3. Untuk menganalisis adanya pengaruh publisitas CEO terhadap penghindaran pajak.

1.4 Manfaat Penelitian

a) Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan menambah informasi bagi pemerintah dalam melakukan pengawasan dan dalam pembuatan kebijakan untuk memaksimalkan penerimaan negara terutama pada sektor perbankan syariah.

b) Bagi Akademis

Studi ini diharapkan menambah pengetahuan dan referensi untuk peneliti-peneliti selanjutnya di bidan perpajakan terutama mengenai karakteristik CEO terhadap penghindaran pajak.

c) Bagi Perusahaan dan Investor

Harapannya, studi ini mampu membantu digunakan oleh manajemen untuk mengetahui karakteristik CEO apa saja yang mempengaruhi penghindaran pajak. Bagi investor, diharapkan penelitian ini dapat menjadi pertimbangan untuk pengambilan keputusan investasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini disajikan dalam 5 (lima) bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Dalam bab ini berisi mengenai dasar-dasar dari teori yang digunakan dalam melakukan penelitian dan disertai penjelasan mengenai beberapa penelitian terdahulu yang sejenis, serta menjelaskan mengenai hipotesis yang akan diuji dan kerangka penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini berisi mengenai definisi dari operasional variabel penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi mengenai penjelasan deskriptif tentang hasil dari analis dan statistik yang telah dilakukan dan menjelaskan hasil tersebut dengan hipotesis pada awal penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan dan memberikan saran serta masukan bagi pihak yang berkepentingan atas hasil dari penelitian ini.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Agensi

Teori Agensi pertama kali dicetuskan oleh Jensen dan Meckling (1976), menjelaskan bahwa terdapat hubungan kontrak antara anggota organisasi menggunakan model yang berfokus pada pihak, yaitu prinsipal dan agen. Menurut teori ini, agen akan bertindak dengan pemikiran untuk menguntungkan kepentingan mereka sendiri, bahkan jika tindakan tersebut bertentangan dengan kepentingan prinsipal. Prinsipal akan menugaskan pekerjaan kepada agen dan mengharapkan agen untuk mengambil tindakan yang menguntungkan bagi prinsipal. Teori Agensi didasarkan pada masalah agensi yang muncul dari penyatuan manajemen dan kepemilikan perusahaan. Prosedur manajemen perusahaan memberikan peluang bagi setiap pihak untuk berkontribusi pada perusahaan. Prinsipal dapat berkontribusi dalam bentuk modal, sementara manajer perusahaan (agen) berkontribusi dalam bentuk keahlian dan tenaga kerja (Kalbuana et al., 2023).

Hamlon dan Heitzman (2010) menemukan bahwa terdapat dua perspektif agensi teori dalam menilai aktivitas penghindaran pajak. Perspektif pertama, terdapat keselarasan antara manajemen dan prinsipal. Meminimalkan pembayaran pajak adalah aktivitas yang bermanfaat bagi manajemen dan bertujuan untuk memaksimalkan kepentingan pemegang saham diiringi dengan pemberian insentif yang menarik agar kebijakan pajak perusahaan menjadi lebih efektif. Perspektif kedua, teori agensi melihat adanya perbedaan kepentingan antara manajer dan prinsipal. Perspektif ini mengaju kepada situasi dimana manajer tertarik untuk

memaksimalkan kepentingan mereka sendiri dengan mengontrol pembayaran pajak perusahaan. Setelah itu, manajer akan mengalihkan sumber daya perusahaan untuk kepentingan pribadi. Oleh karena itu, insentif yang diberikan oleh pemegang saham sejalan dengan otoritas pajak, yang bertujuan untuk mengurangi transfer sumber daya perusahaan kepada manajer (Ivastya & Fanani, 2020).

Keputusan pihak agen untuk menghendaki adanya penghindaran pajak adalah salah satu masalah keagenan, yang mana manajer sebagai agen menghendaki dilakukannya penghindaran pajak untuk menghemat pajak sehingga laba perusahaan tinggi dan manajer memperoleh penghargaan berupa kompensasi dari prinsipal. Namun di sisi lain, pihak pemegang saham sebagai prinsipal akan merasakan kekhawatiran jika dalam melakukan penghindaran pajak makan akan menjadi kasus pidana yang akan membuat reputasi perusahaan buruk. Perusahaan juga dapat kehilangan kepercayaan dari masyarakat dan para *stakeholder* mereka yang dapat mengancam keberlangsungan perusahaan. Hal tersebut menjadi landasan teori yang kuat untuk dijadikan sebagai teori awal dalam tindakan penghindaran pajak (Pulungan et al., 2022).

2.1.2 Penghindaran Pajak

Penghindaran pajak merupakan strategi pengurangan pajak secara eksplisit dengan memanfaatkan celah dalam Undang-Undang Perpajakan. Terdapat tiga cara yang biasanya dilakukan untuk menghindari pajak yaitu menunda pembayaran pajak karena keadaan ekonomi perusahaan (perusahaan mengalami kerugian), memiliki anak perusahaan yang berada di negara *tax haven* lalu melakukan skema *transfer pricing,* dan melakukan pemecahan penghasilan sehingga tarif yang

dikenakan atas penghasilan berbeda-beda. (Doho & Santoso, 2020). Akbar et al (2021) mendeskripsikan penghindaran pajak sebagai upaya meminimalkan pembayaran pajak dengan tidak melanggar ketentuan yang berlaku.

Konsep penghindaran pajak sangat kompleks dan telah menjadi subjek dari sejumlah besar studi hukum dan akuntansi. Istilah penghindaran pajak tidak memiliki definisi universal karena memiliki konotasi yang berbeda bagi orang yang berbeda (Hanlon & Heitzman, 2010). Sementara itu, menurut para ahli lainnya, dinyatakan bahwa metode yang digunakan untuk mengurangi kewajiban pajak dapat dilakukan dengan mengambil langkah-langkah dalam bentuk legal dan ilegal. Berbagai metode dapat digunakan untuk melakukan penghindaran pajak, terutama metode ilegal, yang akan menghasilkan skandal yang terjadi di perusahaan dan pada tingkat makro akan berdampak pada kekhawatiran publik. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pelaksanaan penghindaran pajak oleh perusahaan harus setidaknya dapat dikelola dengan baik, diukur, dan memperhatikan prinsip-prinsip akuntansi dan perpajakan yang diterapkan. Kurangnya pengawasan dan kontrol terhadap faktor-faktor ini pada akhirnya akan menghasilkan dampak yang tidak sehat bagi perusahaan.

Keberadaan penghindaran pajak yang mempengaruhi arus kas yang tersedia bagi perusahaan akan berdampak lebih lanjut pada reputasi perusahaan. Risiko reputasi dari penghindaran pajak akan mempengaruhi eksistensi perusahaan. Legitimasi dari perusahaan akan dipertanyakan oleh masyarakat umu. Masyarakat umum memandang perusahaan bertanggung jawab secara sosial dengan berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi komunitas tempat mereka beroperasi

dengan membayar pajak. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa setiap penghindaran pajak dapat mengancam eksistensi perusahaan (Ivastya & Fanani, 2020).

2.1.3 Narsisisme CEO

Narsisme dijelaskan oleh *American Psychiatric Association* dalam *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders* (DSM) dari tahun 2000 sebagai "pola mempengaruhi orang lain yang berasal dari keagungan (dalam fantasi atau perilaku), kebutuhan akan kekaguman dan kurangnya empati, yang dimulai pada awal masa dewasa dan hadir dalam berbagai konteks". Individu yang sangat narsis biasanya menampilkan diri mereka sebagai lebih penting daripada orang lain dan berusaha melindungi diri mereka dari kritik. Konsisten dengan perilaku ini, CEO yang narsis terus-menerus mencoba untuk menegaskan diri mereka dan tidak mengekspresikan perasaan mulia seperti empati.

Narsisme mengacu pada kebutuhan seseorang akan perhatian, kekaguman, dan pengakuan publik dari orang lain. CEO yang narsis menunjukkan kepercayaan diri dan kekaguman diri yang berlebihan, kurangnya empati, dan kebutuhan yang intens akan martabat dan kekuasaan. Doho dan Santoso(2020) mendefinisikan bahwa CEO yang narsis merupakan CEO yang mencari pujian dan perhatian dari perilakunya. Beberapa peneliti telah menyarankan bahwa CEO yang narsis memperoleh manfaat bagi perusahaan mereka karena pencarian status dan visibilitas mereka dapat mengarah pada orientasi kewirausahaan yang lebih besar, internasionalisasi, atau pendapatan saham yang lebih tinggi. Namun, 'sisi gelap' dari kepribadian narsis dapat mengakibatkan volatilitas kinerja, risiko keuangan,

kerentanan hukum, strategi investasi berlebihan, dan produktivitas keuangan yang rendah. CEO narsis dapat secara khusus mempengaruhi angka-angka akuntansi dan keuangan karena mereka adalah komponen diskresioner yang dapat dengan mudah dimanipulasi.

Salah satu karakteristik utama CEO adalah bahwa mereka sering kali mempertahankan tujuan yang tidak realistis dan tidak dapat dicapai karena kekaguman diri mereka yang berlebihan. Upaya untuk mencapai tujuan-tujuan ini membuat mereka terlibat dalam tindakan yang meragukan jika hasilnya adalah kekaguman dan reputasi yang meningkat. Untuk alasan ini, CEO yang narsis dianggap memiliki pengaruh besar pada hasil perusahaan. CEO bertanggung jawab untuk membentuk, menyetujui, dan memantau strategi perencanaan pajak perusahaan mereka, dan literatur sepakat bahwa dewan dan CEO memegang tanggung jawab keseluruhan untuk strategi pajak perusahaan. CEO yang narsis menggunakan posisi otoritas dan pengaruh mereka di perusahaan mereka untuk mencapai ambisi pribadi, yang dapat dikaitkan dengan kebijakan pajak agresif, membayar pajak lebih rendah, dan menunjukkan pendapatan akuntansi yang lebih tinggi yang terkait dengan remunerasi CEO (García-Meca et al., 2021).

2.1.4 *CEO Overconfidence*

Chief Executive Officer (CEO) adalah pemimpin tertinggi dalam sebuah perusahaan yang dapat menjalankan manajemennya dan bertanggung jawab penuh atasnya. Salah satu tugas CEO adalah membuat keputusan. Keputusan yang diambil oleh CEO dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah kepribadian CEO itu sendiri. Peterson et al. (2003:802) menunjukkan bahwa kepribadian CEO

mempengaruhi dinamika manajemen puncak (*top management*) dan bahwa manajemen puncak terkait dengan kinerja organisasi. Kepercayaan diri manajerial yang berlebihan dapat menyebabkan kelebihan/kekurangan investasi, dan karenanya, ini memiliki dampak nyata pada kebijakan perusahaan karena pengambilan keputusan adalah tugas yang diberikan kepada manajer (Kouaib dan Jarboui, 2016:4).

Hirshleifer et al. (2012:1458) mendefinisikan kepercayaan diri yang berlebihan sebagai kecenderungan individu untuk berpikir bahwa mereka lebih baik dalam hal karakteristik seperti kemampuan, penilaian, atau prospek hasil yang sukses (optimisme). Hsieh et al (2018:243), menyatakan bahwa kepercayaan diri yang berlebihan pada CEO mengacu pada komitmen tinggi untuk mencapai target tertentu dan melebih-lebihkan kemampuan, kompetensi, dan pengetahuan mereka untuk mendapatkan pengakuan dan reputasi profesional. Kepercayaan diri yang berlebihan pada CEO adalah rasa kepercayaan diri yang berlebihan atau keyakinan berlebihan yang dimiliki seorang CEO terhadap kemampuan dan potensinya untuk berhasil dalam suatu peluang. Kepercayaan diri yang berlebihan adalah persepsi dan keyakinan yang berlebihan terhadap kemampuan, penilaian, dan kesuksesan seseorang.

Skala (2008:38), Libby dan Rennekamp (2010:11) menunjukkan bahwa individu yang terlalu percaya diri memiliki dua aspek utama: terlalu optimis dan salah kalibrasi. Hribar dan Yang (2016:4), aspek pertama, yaitu terlalu optimis, mengacu pada individu yang secara tidak realistis optimis tentang hasil yang tidak pasti. Terlalu optimis mirip dengan melebih-lebihkan rata-rata, di mana individu

yang terlalu percaya diri percaya bahwa hasil yang tidak pasti akan lebih baik daripada apa yang diprediksi oleh harapan perusahaan. Aspek kedua, yaitu salah kalibrasi, terkait dengan individu yang meremehkan ketidakpastian saat memprediksi peristiwa yang tidak pasti. Menurut Hirshleifer et al. (2012:1458), individu yang terlalu percaya diri cenderung melebih-lebihkan laba bersih yang diharapkan dari usaha yang sulit, baik karena kecenderungan umum untuk mengharapkan hasil yang baik atau karena mereka melebih-lebihkan keberuntungan mereka dalam mencapai kesuksesan. CEO yang terlalu percaya diri cenderung melebih-lebihkan kemampuan mereka dan kemungkinan mencapai kinerja yang luar biasa dan menguntungkan. Bias optimis dari CEO yang terlalu percaya diri akan mempengaruhi pengambilan keputusan mereka mengenai pelaporan perusahaan (Hirshleifer et al., 2012:243).

CEO yang terlalu percaya diri cenderung lebih berani dalam membuat keputusan. CEO yang bersedia mengambil risiko akan membuat keputusan dengan tingkat risiko tinggi untuk pengembalian investasi yang sesuai dengan harapan mereka. Penelitian oleh Malmendier dan Tate (2005:2696), Zhang dan Yang (2018:13) memberikan bukti empiris bahwa kepercayaan diri yang berlebihan pada CEO mempengaruhi aktivitas investasi perusahaan. Kepercayaan diri yang berlebihan pada CEO mungkin memainkan peran penting dalam menetapkan kebijakan dan keputusan strategis perusahaan (Hsieh et al., 2016:3).

2.1.5 Publisitas CEO

Publisitas CEO didefinisikan sebagai informasi tentang CEO termasuk karakteristik kepemimpinan perusahaan dalam kaitannya dengan perhatian

terhadap publik dan harapan investor (Duan et al., 2018). CEO adalah pemimpin tertinggi dalam manajemen perusahaan. Berdasarkan penjelasan tentang teori agensi bahwa manajemen sebagai pelaksana operasi perusahaan akan mencoba melaporkan kepada pemilik semua peristiwa dan berita yang terjadi di perusahaan. Namun, seiring waktu dan kebutuhan, terkadang pihak manajemen akan menutupi beberapa berita atau peristiwa sehingga laporan laba perusahaan akan lebih besar, yang akan menguntungkan manajemen. Berdasarkan kondisi ini, kegiatan perencanaan pajak dapat terjadi dalam bentuk penghindaran pajak (Desai dan Dharmapala, 2009).

Sekilas, agak sulit membayangkan bahwa seorang CEO memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak perusahaan. CEO bukanlah penyusun pajak. Sementara itu, direktur utama kemungkinan besar tidak memahami seluk-beluk strategi pajak (Dyreng et al., 2010). Selain itu, dalam studi lain juga dapat dikemukakan bahwa CEO lebih cenderung terlibat dalam penghindaran pajak karena mereka memiliki hak diri yang tinggi, bersifat eksploitatif, dan dapat kurang memiliki kepekaan moral (Olsen dan Stekelberg, 2016). Dari berbagai hasil ini, peran direktur utama sebagai kepala perusahaan juga mempengaruhi penghindaran pajak perusahaan (Ivastya & Fanani, 2020).

CEO dengan publisitas tinggi mampu mengendalikan perusahaan melalui kebijakan penghindaran pajak yang ia tetapkan sehingga manajemen mendapatkan kompensasi dan juga berdampak positif pada perusahaan yakni meningkatkan nilai saham perusahaan sehingga semakin banyak investor yang tertarik menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut. (Akbar et al., 2021). Duan et al (2018)

membuktikan bahwa CEO dengan publisitas tinggi cenderung menggunakan penghindaran pajak untuk meningkatkan laba yang dilaporkan dan memenuhi harapan kinerja pasar (Akbar et al., 2021).

2.2 Tinjauan Penelitian Terlebih Dahulu

Kajian pertama dibuat untuk menjelaskan pengaruh publisitas CEO terhadap penghindaran pajak. Objek kajian berupa perusahaan di Amerika Serikat yang terdaftar di index S&P 500 pada tahun 2004 dan 2011. Analisis yang digunakan yaitu model regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa CEO yang memiliki tingkat publisitas yang tinggi berhasil mendapatkan tarif pajak efektif yang lebih rendah dan tarif pajak efektif tunai yang lebih rendah. Efek tersebut dimoderasi oleh independensi dewan (Duan et al., 2018).

Jurnal kedua bertujuan untuk membuktikan pengaruh dari narsisme CEO terhadap penghindaran pajak, sekaligus melihat efek moderasi dari ukuran komite audit dan gender komite audit. Objek kajian berupa 1303 perusahaan di Spanyol pada periode 2008-2017. Metode analisis yang digunakan adalah model regresi. Temuan dari kajian menunjukkan bahwa Narsisisme CEO berhubungan positif dengan penghindaran pajak. Ukuran komite audit dapat mengendalikan konsekuensi narsisme CEO terhadap penghindaran pajak. Keragaman gender lebih sensitif dalam mengurangi narsisisme CEO untuk melakukan penghindaran pajak (García-Meca et al., 2021).

Kajian yang dilakukan oleh Souguir, Lassoued, dan Bouzgarrou bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh CEO *overconfident* terhadap penghindaran pajak

dan apakah hubungan tersebut dipengaruhi oleh kepemilikan institusional dan keluarga. Objek kajiannya berupa perusahaan terdaftar di Prancis pada tahun 2009-2021. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis regresi OLS. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa CEO *overconfident* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak, sedangkan kepemilikan institusi dan keluarga cenderung mencegah praktik penghindaran pajak (Souguir et al., 2023).

Kajian berikutnya dilakukan dengan tujuan mengetahui apakah *CEO overconfidence* memiliki pengaruh positif terhadap penghindaran pajak, dan apakah tingkat pendidikan sebagai variabel moderasi memperkuat atau memperlemah efek tersebut. Objek kajian 305 perusahaan di Indonesia pada periode 2013-2017. Kajian ini menggunakan analisis regresi panel data. Hasil dari kajian tersebut membuktikan *CEO overconfidence* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak dan tingkat pendidikan memperlemah efek positif dari *CEO overconfidence* terhadap penghindaran pajak (Sumunar et al., 2019).

Penelitian selanjutnya dilakukan untuk mengetahui pengaruh narsisisme CEO, masa jabatan CEO, komisaris independen, dan kualitas audit terhadap penghindaran pajak. Objek penelitian berupa perusahaan sektor non finansial yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2018. Metode analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa narsisisme CEO tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak; masa jabatan CEO dan kualitas audit berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak; dan komisaris independen tidak memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak (Doho & Santoso, 2020).

Studi kasus yang dilakukan oleh Raras Ivastya dan Zaenal Fanani bertujuan untuk melihat publisitas direktur utama dan menggunakan persentase kepemilikan saham untuk melihat saham-saham yang bertujuan mempengaruhi penghindaran pajak. Objek kajiannya berupa perusahaan go publik yang terdaftar di BEI dan 50 orang terkaya yang terdaftar di Forbes pada tahun 2013-2018. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil dari kajian menunjukkan bahwa direktur utama yang mendapatkan publisitas tinggi akan cenderung melakukan penghindaran pajak. Sedangkan tingkat kepemilikan saham yang tinggi tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak (Ivastya & Fanani, 2020).

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Akbar, Chandra, dan Priyati untuk mengetahui pengaruh-pengaruh kepemilikan saham asing, kualitas informasi internal, publisitas CEO, *return on asset, leverage,* dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2018. Objek penelitian berupa perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2018. Metode analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kepemilikan saham asing, kualitas informasi internal, publisitas CEO, *leverage,* dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak, namun *return on asset* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak (Akbar et al., 2021).

Jurnal berikutnya dibuat untuk menganalisis dan menguji pengaruh dari *inventory intensity*, karakter eksekutif, masa jabatan CEO, dan narsisisme CEO terhadap penghindaran pajak. Objek kajian berupa perusahaan manufaktur yang

terdaftar di BEI periode 2016-2020. Metode analisis data menggunakan analisis regresi data panel. Hasil kajian berupa variabel *inventory intensity,* karakteristik eksekutif, masa jabatan CEO, dan narsisisme CEO berpengaruh secara simultan terhadap penghindaran pajak. Sedangkan secara parsial *inventory intensity* dan karakter eksekutif berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak, sementara masa jabatan CEO dan narsisisme CEO tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak (Pratomo et al., 2022).

Penelitian selanjutnya dilakukan untuk mengetahui efek dari karakteristik eksekutif, CEO *overconfidence*, dan intensitas modal terhadap penghindaran pajak. Objek kajian berupa perusahaan sektor konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2016-2020. Metode analisis data yang digunakan yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan karakteristik eksekutif dan intensitas modal berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Sedangkan CEO *overconfidence* berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak (Bivianti et al., 2022).

Penelitian selanjutnya dilakukan untuk mengetahui reabilitas dari teori agensi sebagai pendekat untuk menjelaskan pengaruh dari narsisisme CEO, *corporate governance* yang diwakili oleh ukuran dewan direktur dan direktur perempuan,*financial distress,* dan ukuran perusahaan terhadap penghindaran pajak. Objek penelitian berupa perusahaan di BEI pada periode 2017-2021. Metode analisis data yang digunakan yaitu regresi linear. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa narsisisme CEO berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak; ukuran direksi dan banyaknya dewan perempuan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak;*financial distress* tidak berpengaruh dalam penghindaran pajak;

dan semakin kecil ukuran perusahaan kemungkinan para pemimpinnya melakukan penghindaran pajak semakin besar (Kalbuana et al., 2023).

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu di Luar Negeri

No.	Nama Pengarang dan Tahun	Variabel Penelitian	Objek Kajian	Temuan Kajian
1.	Duan T., Ding R., Hou W., Zhang J.z. (2018)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: publisitas CEO Variabel Moderasi: independensi dewan.	Perusahaan di Amerika Serikat yang terdaftar di indeks S&P 500 pada tahun 2004 dan 2011	CEO yang memilik tingkat publisitas yang tinggi berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak
2.	Garcia-Meca E., Ramon-Llorens M., Martinez-Ferreroo J. (2021.)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: Narsisme CEO Variabel Moderasi: ukuran komite audit, gender komite audit	1.303 perusahaan di Spanyol periode 2008-2017.	Narsisisme CEO berhubungan positif dengan penghindaran pajak. Ukuran komite audit dapat mengendalikan konsekuensi narsisisme CEO terhadap penghindaran pajak. Keragaman Gender lebih sensitif dalam mengurangi narsisisme CEO untuk melakukan penghindaran pajak
3.	Souguir Z., Lassoued N., Bouzgarrou H. (2023)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: CEO *overconfident* Variabel moderasi: kepemilikan institusional dan keluarga	Perusahaan terdaftar di Prancis pada tahun 2009-2021.	CEO *overconfident* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak, sedangkan kepemilikan institusi dan keluarga cenderung mencegah praktik penghindaran pajak

Sumber: diolah penulis

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu di Dalam Negeri

No.	Nama Pengarang dan Tahun	Variabel Penelitian	Objek Kajian	Temuan Kajian
1.	Sumunar K.I., Jannah L., Aulia D. (2019)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: CEO *overconfidence*	305 perusahaan di Indonesia periode 2013-2017.	*CEO overconfidence* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak dan tingkat pendidikan

		Vairabel Moderasi: tingkat pendidikan		memperlemah efek positif dari CEO *overconfidence* terhadap penghindaran pajak.
2.	Doho S.Z., Santoso E.B. (2020)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: narsisisme CEO, masa jabatan CEO, komisaris independen, dan kualitas audit.	Perusahaan sektor non finansial yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2018.	Narsisisme CEO tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak; masa jabatan CEO dan kualitas audit berpengaruh positif signifikan terhadap penghindaran pajak; dan komisaris independen tidak memiliki pengaruh terhadap penghindaran pajak.
3.	Ivastya R., Fanani Z. (2020)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: publisitas direktur utama, tingkat kepemilikan saham	Perusahaan go publik yang terdaftar di BEI dan 50 orang terkaya yang terdaftar di Forbes pada tahun 2013-2018.	Direktur utama yang mendapatkan publisitas tinggi akan cenderung melakukan penghindaran pajak. Sedangkan tingkat kepemilikan saham yang tinggi tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.
4.	Akbar M., Chandra T., Priyati R.Y. (2021)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: kepemilikan saham asing, kualitas informasi internal, publisitas CEO, *return on asset, leverage*, dan ukuran perusahaan	Perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2010-2018.	Secara parsial, variabel kepemilikan saham asing, kualitas informasi internal, publisitas CEO, *leverage*, dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap penghindaran pajak, namun *return on asset* tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.
5.	Pratomo D., Nazar M.R., Pratama R.A. (2022)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: *inventory intensity,* karakter eksekutif, masa jabatan CEO dan narsisisme CEO	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.	*Inventory intensity,* karakteristik eksekutif, masa jabatan CEO, dan narsisisme CEO berpengaruh secara simultan terhadap penghindaran pajak. Sedangkan secara parisal *inventory intensity*, dan karakter eksekutif berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak, sementara masa jabatan CEO dan narsisisme CEO tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

6.	Bivianti V., Stefani M.E., Yuniarish N. (2022)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: karakteristik eksekutif, *CEO overconfidence*, dan intensitas modal	Perusahaan sektor konsumsi yang terdaftar di BEI periode 2016-2020.	Karakteristik eksekutif dan intensitas modal berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Sedangkan *CEO overconfidence* berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak.
7.	Kalbuana N., Taqi M., Uzliawati L., Ramdhani D. (2023)	Variabel Dependen: penghindaran pajak Variabel Independen: narsisisme CEO, *corporate governance* yang diwakili oleh ukuran dewan direktur dan direktur perempuan, *financial distress,*dan ukuran perusahaan	Perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2017-2021.	Narsisisme CEO berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak; ukuran direksi dan banyaknya dewan perempuan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak; *financial distress* tidak berpengaruh dalam penghindaran pajak; dan semakin kecil ukuran perusahaan kemungkinan para pemimpinnya melakukan penghindaran pajak semakin besar.

Sumber: diolah penulis

2.3 Pengembangan Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Narsisisme CEO Terhadap Penghindaran Pajak

Narsisisme adalah hal (keadaan) mencintai diri sendiri secara berlebihan. CEO yang narsis artinya CEO yang memiliki kepercayaan diri lebih tinggi terhadap dirinya sendiri. Menurut Hsieh et al (2018), CEO yang narsis sangat peduli terhadap popularitas dan pujian yang akan mereka dapatkan. CEO yang memiliki tingkat narsisisme yang tinggi akan lebih mengharapkan pengakuan dari seseorang terhadap pekerjaan ataupun hal yang mereka lakukan. Maka dari hal tersebut CEO yang memiliki kepercayaan diri tinggi akan cenderung melakukan praktik *tax avoidance* untuk meningkatkan kinerja perusahaan dengan meningkatkan pula laba perusahaan, hal tersebut bertujuan untuk mendapatkan pujian dan meningkatnya

popularitas diri seorang CEO. Sehingga dari hal tersebut dapat ditariknya kesimpulan sementara bahwa CEO narsisme berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh García-Meca (2021) menyatakan bahwa CEO narsisme berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Namun, Doho (2020), Pratomo (2022), dan Kalbuana (2023) menyatakan dalam penelitian mereka bahwa CEO narsisisme berpengaruh negatif atau bahkan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

H1: Narsisisme CEO berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

2.3.2 Pengaruh *CEO Overconfidence* Terhadap Penghindaran Pajak

CEO overconfidence adalah kecenderungan CEO untuk membuat perkiraan tentang kemampuan dan pengetahuan mereka terkait dengan keputusan strategis (Hambrick, 2007). Studi sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan diri yang berlebihan pada CEO, sifat umum kepribadian, dikaitkan dengan ekspektasi hasil yang lebih diinginkan dan tidak realistis (Taylor dan Brown, 1988), strategi utang dan investasi yang lebih berisiko (Malmendier dan Tate, 2008), dan peramalan yang terlalu optimis (Ben Ahmed dan Jarbou, 2022). Kepercayaan diri yang berlebihan telah dikaitkan dengan keinginan untuk investasi tingkat tinggi tergantung pada sensitivitas arus kas investasi yang meningkat (Malmendier dan Tate, 2005). CEO yang terlalu percaya diri perlu menghasilkan pendapatan untuk memenuhi ekspektasi laba dan memperkuat kepercayaan diri mereka (Hsieh et al., 2018). Ini bisa mengakibatkan ketidakakuratan niat ketika kinerja nyata perusahaan tidak

memenuhi ekspektasi pengembalian di masa depan. Terlibat dalam praktik penghindaran pajak dapat membantu CEO yang terlalu percaya diri untuk mengurangi kewajiban pajak mereka dan menyediakan lebih banyak pendapatan untuk proyek investasi mereka (Desai dan Dharmapala, 2009; Wang et al., 2020). Menurut Ferris et al. (2013), perusahaan dengan CEO yang terlalu percaya diri berinvestasi lebih banyak dalam merger dan akuisisi, terutama di wilayah dengan tarif pajak yang lebih rendah, yang menunjukkan kewajiban pajak yang lebih rendah. Dari hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *CEO overconfidence* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sogouir (2023) dan Sumunar (2023) menyatakan bahwa CEO narsisme berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Namun, Bivianti (2022) menyatakan dalam penelitian mereka bahwa CEO narsisisme berpengaruh negatif atau bahkan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

H2: *CEO overconfidence* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

2.3.3 Pengaruh Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak

Publisitas tinggi dari CEO dapat meningkatkan ekspektasi pasar. Oleh karena itu, CEO ini akan berada di bawah tekanan lebih besar untuk meningkatkan laporan laba. Brown dan Caylor (2006) menunjukkan bahwa fokus manajer telah bergeser dari menghindari kerugian atau penurunan laba menjadi memenuhi atau melebihi ekspektasi analis sejak tahun 1990-an. Perusahaan menerima penilaian yang lebih positif untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi analis. Ketika mereka

merasa sulit untuk memenuhi ekspektasi investor, mereka mungkin memilih untuk menggunakan strategi perencanaan pajak agresif untuk mengurangi beban pajak keseluruhan perusahaan mereka (Duan et al., 2018).

Prinsip dalam teori keagenan menjelaskan bahwa manajemen sebagai agen dari prinsipal bertugas menjalankan kegiatan operasional perusahaan untuk kepentingan pemilik perusahaan. Publisitas CEO yang berhubungan dengan lingkungan eksternal perusahaan seharusnya mampu memberikan pandangan yang baik tentang perusahaan yang dia pimpin. Merujuk pada hal ini, peran seorang CEO harus mampu memberikan keyakinan kepada pihak-pihak yang termasuk dalam pemangku kepentingan perusahaan bahwa perusahaan berada di jalur yang benar untuk menghasilkan keuntungan perusahaan yang tinggi. Dalam upayanya untuk selalu mengutamakan kepentingan pemilik dan investor, CEO sebagai manajemen juga memiliki kebutuhan yang harus diperjuangkan. Jadi, mulai dari situasi ini, hubungan antara agen dan prinsipal dalam teori keagenan akan memiliki masalah dengan munculnya masalah keagenan di mana manajemen akan berusaha untuk menghasilkan keuntungan komersial yang lebih besar dibandingkan dengan keuntungan fiskal perusahaan dengan merencanakan pajak melalui penghindaran pajak. Sementara itu, prinsipal yang menugaskan tugas kepada agen menginginkan kegiatan sesuai dengan peraturan yang berlaku sehingga dapat mengamankan jumlah saham yang dimilikinya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Duan (2018), Ivastya (2020), dan Akbar (2021) menyatakan bahwa publisitas CEO berpengaruh positif terhadap

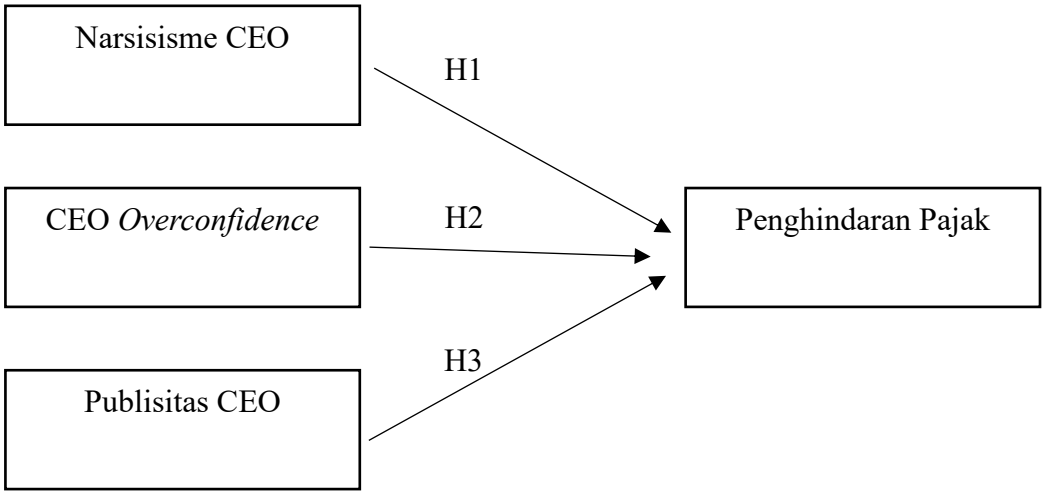
penghindaran pajak. Dari hal tersebut dapat ditarik hipotesis bahwa publisitas CEO berpengaruh terhadap penghindaran pajak.

H3: Publisitas CEO berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak.

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan hipotesis yang telah dibuat, maka dibentuklah kerangka konseptual sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangkan Konseptual



BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Populasi Penelitian dan Pengambilan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian yang termasuk ke dalam penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan adalah perusahaan sektor perbankan syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, terpilih sampel dari populasi perusahaan sektor perbankan syariah dengan kriteria berikut:

1. Perusahaan sektor perbankan syariah yang telah terdaftar di OJK periode 2017-2023 secara berturut-turut.
2. Perusahaan perbankan syariah menerbitkan laporan keuangan yang disajikan menggunakan mata uang Rupiah.
3. Perusahaan perbankan syariah tidak mengalami kerugian selama periode 2017-2023.
4. Laporan keuangan perbankan syariah memiliki data-data yang akan digunakan untuk penelitian.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan dari setiap perusahaan perbankan syariah dan juga menggunakan google trends. Laporan keuangan tersebut didapatkan dari website masing-masing perusahaan, sedangkan google trends dipakai untuk mendapatkan *search volume index* (SVI). Setelah data terkumpul maka akan dilanjutkan dengan proses selanjutnya yaitu pengolahan data.

3.3 Variabel dan Pengukuran Variabel

Variabel penelitian adalah suatu karakteristik atau atribut dari suatu individu atau kelompok yang apabila diukur atau diobservasi selalu memiliki variasi atau hasil yang beragam. (Wahyuni, 2021). Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan digunakan, yaitu variabel terikat atau dependen, dan variabel bebas atau independen. Variabel dependen yang digunakan adalah penghindaran pajak, sedangkan variabel independen yang digunakan yaitu narsisisme CEO, *CEO overconfidence*, dan publisitas CEO.

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi, di mana variabel ini bergantung pada variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah Penghindaran Pajak. Bivianti (2022) mengartikan penghindaran pajak sebagai usaha yang dilakukan oleh wajib pajak untuk mengurangi jumlah dari pajak yang harus mereka bayar dengan cara memanfaatkan celah tanpa melawan hukum. Terdapat berbagai macam cara untuk menghitung penghindaran pajak, salah satunya dengan menggunakan *Cash Effective Tax Rate* (CETR). Pengukuran ini dianggap efektif karena pajak yang dibayarkan mencerminkan penghindaran pajak pada laporan pajak yang diajukan sebelumnya. CETR yang rendah mengindikasikan bahwa perusahaan membayar pajak yang lebih sedikit dibandingkan dengan laba yang dihasilkan. Oleh karena itu semakin rendah nilai CETR maka semakin tinggi indikasi penghindaran pajak yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Bivianti et al. (2022) menggunakan rumus berikut untuk menghitung penghindaran pajak:

CETR = Pembayaran pajak secara kas / Laba sebelum pajak

3.3.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain, dengan kata lain, variabel ini dapat mengubah variabel lain (Wahyuni, 2021). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah narsisisme CEO, *CEO overconfidence*, dan publisitas CEO.

3.3.2.1 Narsisisme CEO

Narsisisme mengacu pada kebutuhan seseorang akan perhatian, kekaguman, dan pengakuan publik dari orang lain. Doho dan Santoso mendefinisikan bahwa CEO yang narsis merupakan CEO yang mencari pujian dan perhatian dari perilakunya. Kalbuana (2023) menyatakan bahwa narsisisme CEO dapat diukur dengan memberi skor pada foto CEO yang terdapat di laporan tahunan. Skor pada foto tersebut dapat dibagi menjadi lima kriteria:

Skor 1: tidak ada foto CEO.

Skor 2: ada foto CEO bersama satu atau lebih rekan eksekutif lainnya.

Skor 3: foto CEO sendiri dengan ukuran kurang dari setengah halaman.

Skor 4: foto CEO sendiri dengan ukuran lebih dari setengah halaman.

Skor 5: foto CEO memenuhi 1 halaman.

3.3.2.2 CEO Overconfidence

CEO overconfidence dapat diartikan sebagai perspektif berlebihan seorang CEO terhadap kemampuan, penilaian, dan peluang keberhasilan mereka dalam

memimpin perusahaan. Mereka cenderung berpikir bahwa mereka dapat mempertimbangkan pilihan dan membuat keputusan yang menguntungkan mereka. Pada penelitian yang dilakukan Bivianti (2022), digunakan kombinasi dari berbagai perhitungan. Kombinasi itu terdiri dari perhitungan *overinvestment*, *Debt to equity ratio*, dan *dividen yield*. Jika dua dari tiga kombinasi tersebut memenuhi kriteria, maka diberikan nilai satu (1) dan (0) jika sebaliknya. Perhitungan tersebut terdiri dari:

1. *Overinvestment*

Overinvestment menggambarkan level investasi berlebihan yang dilakukan oleh CEO terhadap perusahaan. Razali (2024) mengklaim bahwa CEO yang terlalu percaya diri cenderung berinvestasi berlebihan dalam proyek modal. Peneliti tersebut mendefinisikan rasa percaya diri yang berlebihan sebagai variabel biner. Nilai 1 diberikan jika *capital expenditure* dibagi dengan *lagged total assets* di tahun spesifik melebihi nilai median industri tahun tersebut dan 0 jika sebaliknya.

Overinvestment = *Capital expenditure / Lagged total assets* (Razali et al., 2024)

2. *Debt to equity ratio*

Debt to equity ratio (DER) membandingkan total liabilitas dan ekuitas perusahaan. Rasio DER yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang buruk karena menggunakan liabilitas jangka panjang untuk mendanai kegiatan usahanya. CEO yang *overconfidence* akan memilih tingkat liabilitas yang lebih tinggi dibandingkan tingkat yang lebih rasional. Nilai 1 diberikan jika DER lebih tinggi dari median industri pada tahun tersebut, dan 0 jika lebih rendah.

DER= Total liabilitas / Total ekuitas (Bivianti et al., 2022)

3. *Dividen yield*

Hasil dividen mencerminkan pembayaran dividen yang dilakukan perusahaan. CEO yang *overconfidence* cenderung menurunkan pembayaran dividennya karena selalu didorong oleh kesadaran subjektifnya terhadap kemungkinan mendapatkan peluang investasi di masa depan. CEO tersebut akan sering kali menahan dan tidak membagikan dividen untuk mengelola pendapatan tersebut guna memperoleh keuntungan lebih besar. Nilai 1 diberikan jika perusahaan tidak membagikan dividen dan 0 jika perusahaan membagikan dividen (Bivianti et al., 2022).

3.3.2.3 Publisitas CEO

Duan (2018), mendefinisikan publisitas CEO sebagai informasi tentang CEO termasuk karakteristik kepemimpinan perusahaan dalam kaitannya dengan perhatian terhadap publik dan harapan investor. Publisitas tinggi dari CEO dapat meningkatkan ekspektasi pasar. Oleh karena itu, CEO ini akan berada di bawah tekanan lebih besar untuk meningkatkan laporan laba. Publisitas CEO dapat diukur menggunakan Google Trends, dengan cara menginput nama CEO dan kode perusahaan. Kemudian, data yang didapatkan akan dirata-ratakan untuk periode satu tahun (Akbar et al., 2021).

$$\text{Publisitas CEO} = \frac{Average\ weekly\ SVI}{Calendar\ year\ t}\ X\ 100$$

3.4 Metode Analisis Data

Pengolahan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan perhitungan variabel secara sistematis dan kemudian perhitungan dari variabel tersebut akan diolah dengan menggunakan sebuah aplikasi yaitu SPSS (*Software Statistical Product and Service Solution*) versi 22. Sedangkan metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi linear berganda, serta uji hipotesis.

3.4.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (kemencengan).

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk melakukan analisis regresi linear berganda, hal yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu melakukan uji asumsi klasis. Pengujian ini dilakukan untuk mencari tahu apakah data yang digunakan mampu memenuhi asumsi-asumsi dasar, sehingga penelitian yang akan dilakukan dapat terhindar dari adanya bias. Uji asumsi klasik yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah salah satu uji asumsi klasik yang dilakukan untuk menguji sebaran data yang ada pada kelompok variabel sampel data apakah memiliki distribusi normal atau distribusi tidak normal (Ghozali, 2018). Asumsi

normalitas adalah asumsi menjadi persyaratan yang penting pada pengujian signifikansi (kebermaknaan) koefisien regresi. Karena model regresi yang baik merupakan model regresi yang mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. Uji normalitas bisa dilakukan dengan menggunakan analisis grafik dan menggunakan uji statistik yaitu Uji Kolmogorov-Smirnov (K-S). Dalam pengujian statistik menggunakan Uji K-S data dikatakan berdistribusi secara normal apabila nilai dari probabilitas Kolmogorov-Smirnov didapatkan tingkat signifikansi (Sig) ≥ 0,05 atau 5%. Sedangkan data dikatakan memiliki distribusi yang tidak normal apabila nilai dari tingkat signifikansi (Sig) < 0,005 atau 5%.

3.4.2.2 Uji Autokorelasi

Pengujian ini digunakan untuk mencari tahu apakah pada model regresi terdapat korelasi residual (antarkesalahan pengganggu) di periode *t* dengan kesalahan yang ada pada periode sebelumnya (*t-1*). Saat terdapat korelasi pada variabel penelitian, maka akan ada masalah yang dinamakan autokorelasi, karena sebuah regresi yang baik yaitu regresi yang bebas terhadap autokorelasi. Pengujian autokorelasi dilakukan apabila data yang digunakan merupakan data *time series* atau memiliki runtut waktu. Salah satu cara mendeteksi apakah ada autokorelasi atau tidak dengan menggunakan Uji Durbin Watson yang menghasilkan nilai Durbin Watson (DW). Pengujian ini digunakan untuk menguji autokorelasi pada tingkat satu (*first order autocorrelation*) dan memiliki syarat yaitu adanya konstanta (*intercept*) pada model regresi dan tidak boleh ada *variabel lag* di antara variabel independen (Ghozali, 2018). Untuk dasar pengambilan keputusan terkait ada tidaknya autokorelasi yaitu dengan menggunakan tabel Durbin-Watson. Nilai

yang dihasilkan dari pengujian Durbin Watson (DW) akan dibandingkan dengan *Durbin Upper* (DU) dan *Durbin Lower* (DL) yang terdapat pada tabel Durbin Watson. Kriteria yang menjelaskan bahwa tidak terdapat adanya autokorelasi apabila nilai dari DW>DU dan nilai (4-DW) > DU atau dapat dinotasikan menjadi berikut ini: (4-DW) > DU < DW.

3.4.2.3 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada model regresi ditemukan adanya sebuah korelasi antara variabel independen atau variabel bebas. Model regresi yang baik yaitu tidak ada korelasi diantara variabel independen. Jika terdapat sebuah multikolinearitas atau adanya korelasi setelah dilakukan pengujian, maka variabel tersebut tidak ortogonal (Ghozali, 2018). Pengujian tidak bisa dilakukan ke tahap selanjutnya karena tidak dapat menentukan seberapa besar koefisien regresi variabel dan juga nilai standar error menjadi tak terhingga. Sebaliknya apabila tidak ada multikolinearitas atau tidak adanya korelasi, maka pengujian bisa dilakukan ke tahap selanjutnya. Pengujian multikolinearitas dapat dilakukan dengan melakukan pengujian menggunakan *Tolerance Value* dan *Varian Inflation Factor* (*VIF*). Saat hasil dari nilai *Tolerance* < 0,1, dan nilai *Variance Inflation Factor* > 10 maka dapat diindikasi adanya multikolinearitas pada model regresi linear tersebut. Namun jika hasil dari *Tolerance* > 0,1 dan *Variance Inflation Factor* < 10 maka dapat dikatakan bahwa model regresi linear yang terbebas dari multikolinearitas.

3.4.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menguji apakah model regresi linear ada ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan dengan pengamatan lain. Jika pada ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan terhadap pengamatan lain tetap, maka disebut dengan homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas. Untuk menguji apakah homokedastisitas atau heteroskedastisitas dengan menggunakan *grafik scatterplot*, dimana saat titik-titik yang ada pada grafik tersebut menyebar dan juga tidak membuat pola maka variasi cenderung tetap atau model regresi tersebut merupakan model yang tidak heteroskedastisitas. Sedangkan apabila titik-titik tersebut pada grafik tidak menyebar dan membentuk sebuah pola maka model regresi tersebut merupakan model regresi yang heteroskedastisitas. *Scatterplot* ditunjukkan dari hubungan antara nilai ZPRED atau nilai prediksi variabel dependen dengan SRESID atau residualnya. Selain menggunakan grafik *scatterplot* dalam ujian heteroskedastisitas, terdapat cara lain yang dapat digunakan untuk pengujian ini yaitu dengan menggunakan uji park. Uji park yaitu pengujian yang dilakukan dengan cara meregresikan nilai logaritma natural dari residual kuadrat (LN U^2i). Tujuan dilakukan uji park adalah untuk mendeteksi terjadinya heteroskedastisitas pada error. Pengujian dilakukan dengan regresi antara variabel bebas dengan eror. Dikatakan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada model regresi jika nilai signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Sebaliknya, dikatakan terdapat gejala heteroskedastisitas jika nilai signifikansi lebih kecil dari 5% atau 0,005 pada model regresi.

3.5 Uji Hipotesis

3.5.1 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, uji hipotesis yang akan digunakan yaitu analisis linear berganda (*multiple linear regression*) yang memiliki tujuan untuk menguji apakah ada pengaruhnya dari variabel independen yaitu Narsisisme CEO, *CEO Overconfidence*, dan Publisitas CEO terhadap variabel dependen yaitu penghindaran pajak. Dalam analisis linear berganda juga akan dilakukan pengujian diantaranya Koefisien Determinasi, Uji Signifikansi F, dan Uji Statistik-T. Model regresi pengujian dalam penelitian ini dinyatakan dalam persamaan berikut ini:

$$Y = \alpha + \beta 1NAR + \beta 2OCD + \beta 3PUB + \varepsilon$$

Keterangan:

Y : Penghindaran Pajak

α : Konstanta

β1NAR : Narsisisme COE

β2OCD : *CEO Overconfidence*

β3PUB : Publisitas CEO

ε : Error/ Tingkat Kesalahan

Nilai konstanta berdasarkan persamaan rumus di atas yaitu sebesar α. Sedangkan besar nilai dari koefisien regresi pada variabel Narsisisme CEO, *CEO Overconfidence*, dan Publisitas CEO berdasarkan persamaan rumus yaitu dituliskan

dalam β1, β2, dan β3. Hal tersebut menunjukkan apabila terjadi peningkatan satu satuan terhadap variabel independen yang memiliki parameter positif, dapat berdampak pada pengikatan variabel dependen yaitu sebesar nilai koefisien dari regresi variabel independen. Apabila variabel independen memiliki parameter negatif, maka saat adanya peningkatan satu satuan terhadap variabel independen akan berdampak yaitu variabel dependen mengalami penurunan sebesar nilai koefisien dari regresi variabel independen. Jika berdasarkan hasil perhitungan, nilai variabel independen yang memiliki koefisien tertinggi dari variabel independen yang lain menunjukkan bahwa variabel independen tersebut paling dominan dalam mempengaruhi variabel dependen.

3.5.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi *R square* (R^2) yaitu digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi yang terdapat pada variabel dependen. Nilai untuk koefisiennya (R^2) berkisar yaitu antara 0 dan 1 atau $0 < R^2 < 1$. Jika hasil dari nilai yang didapatkan hampir mendekati 1 maka artinya variabel independen memiliki kemampuan dalam menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya apabila nilai dari koefisien determinasi mendekati 0 maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen itu menjadi terbatas. Penggunaan koefisien determinasi *R square* memiliki kelemahan yaitu dimungkinkan adanya bias pada jumlah variabel independen. Oleh karena itu, pada penelitian ini koefisien determinasi yang digunakan yaitu *adjusted R square*. Hal tersebut dikarenakan *adjusted R square* dapat menunjukkan pengaruh terhadap nilai apakah naik atau mengalami

penurunan apabila ada penambahan variabel independen ke dalam model analisis. Semakin memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi maka semakin besar kemampuan dari variabel independen untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen. Sebaliknya, apabila nilai koefisien determinasi kecil maka semakin kecil juga kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen.

3.5.3 Uji Statik -T

Uji Statik -T atau dikenal dengan Uji T adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh dari variabel independen secara individual dalam menjelaskan atau menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria dari hipotesis yaitu:

Ho: tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial

Ha: ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

Dalam pengujian ini, untuk penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria pengujian yaitu apabila nilai signifikansi ≤ 5%, maka hipotesis Ho ditolak dan Ha diterima. Hal tersebut memiliki arti bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya apabila nilai signifikansi > 5%, maka hipotesis Ho diterima dan Ha ditolak. Hal tersebut memiliki arti bahwa tidak adanya pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial.

3.5.4 Uji Signifikansi F

Uji signifikansi F atau Uji F adalah pengujian yang digunakan untuk mengukur dari kelayakan model pada penelitian yang akan dilakukan. Uji F juga dilakukan untuk menentukan apakah variabel independen secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak (Ghozali, 2018). Jika hasil untuk Uji F menghasilkan nilai signifikasi (Sig.) < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima. Sedangkan jika nilai signifikansi > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak yang mana hal tersebut menjelaskan bahwa tidak ada pengaruh dari variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang mana data tersebut diperoleh melalui laporan keuangan tahunan perusahaan perbankan syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2017-2023 dan juga dari penggunaan *tools* google trends untuk mendapatkan *search volume index* (SVI). Terdapat 12 perusahaan perbankan syariah yang terdaftar di OJK sampai dengan tahun 2023. Namun yang memenuhi kriteria penulis hanya ada 11 perusahaan. Sampel pada penelitian ini dipilih menggunakan metode *purposive sampling* yaitu memilih sampel yang akan digunakan berdasarkan kriteria-kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti. Jumlah sampel yang terkumpul sebesar 56 sampel dari keseluruhan populasi yang berjumlah 11 perusahaan perbankan syariah dengan masa pengamatan 7 tahun yang diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 4.1 Hasil Seleksi Sampel Kriteria

No	Kriteria	Jumlah
1.	Jumlah perusahaan perbankan syariah yang terdaftar di OJK periode 2017-2023 secara berturut-turut dalam 7 tahun pengamatan	84
2.	Perusahaan perbankan syariah menerbitkan laporan keuangan yang disajikan menggunakan mata uang Rupiah	-
3.	Perusahaan perbankan syariah tidak mengalami kerugian selama periode 2017-2023	(13)
4.	Laporan keuangan perbankan syariah memiliki data-data yang akan digunakan untuk penelitian	(15)
	Jumlah sampel	56

Sumber: diolah penulis

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan variabel yang akan digunakan pada penelitian secara ringkas dengan tanpa adanya maksud untuk membuat kesimpulan.

Tabel 4.2 Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NAR	56	2.00	5.00	3.0357	.60194
OCD	56	.00	1.00	.5000	.50452
PUB	56	.000	.051	.01016	.013932
CETR	56	.015	.404	.25228	.060814
Valid N (listwise)	56				

Sumber: output SPSS

Berdasarkan dari uji analisis deskriptif pada tabel di atas menunjukkan hasil yaitu:

a. Variabel NAR memiliki nilai minimum yaitu 2 yang mana artinya ada satu atau lebih CEO yang memilih untuk menampilkan foto mereka bersama dengan eksekutif lainnya di profil direksi. Nilai maksimum 5 yang berasal dari PT Bank NTB Syariah pada tahun 2022 dan 2023, yang mana foto profil dari CEO tersebut memenuhi satu halaman pada profil direksi. Sedangkan nilai *mean* atau rata-rata dari 46 sampel variabel NAR adalah 3,0.57 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,640426. Nilai *mean* yang lebih besar dibandingkan standar deviasi menunjukkan bahwa sebaran data kecil dan tidak ada kesenjangan yang cukup besar di antara variabel NAR.

b. Variabel OCD berdasarkan uji analisis deskriptif menghasilkan nilai minimum sebesar 0 yang artinya CEO tersebut tidak terindikasi *overconfidence* dan nilai maksimum 1 dengan artian bahwa CEO tersebut terindikasi *overconfidence.* Didapatkan nilai rata-rata dari uji deskriptif sebesar 0,5000 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,50452. Nilai rata-rata yang lebih kecil dari standar deviasi mengartikan bahwa sebaran data yang besar sehingga nilai standar deviasi menjadi lebih besar dari pada nilai *mean*. Dapat dikatakan bahwa simpangan data pada variabel OCD tidak baik.

c. Variabel PUB berdasarkan hasil uji deskriptif memiliki nilai minimum 0 yang mana artinya ada satu atau lebih CEO yang tidak dicari oleh pengguna google selama pada tahun mereka menjabat dan nilai maksimum 0,051 yang artinya selama mereka menjabat, nama mereka pernah dicari sebanyak 5,1% dari total pencarian oleh pengguna google. Nilai rata-rata dari uji deskriptif tersebut sebesar 0,1016 dan nilai standar deviasinya 0,13932. Nilai rata-rata yang lebih kecil dari standar deviasi mengartikan bahwa variabel PUB memiliki sebaran data yang besar, sehingga simpangan datanya dapat dikatakan tidak baik.

d. Variabel CETR memiliki nilai minimum yaitu 0,015 yang berasal dari PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk pada tahun 2023 dan nilai maksimum 0,404 yang berasal dari PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk pada tahun 2017. Didapatkan nilai rata-rata dari 56 sampel variabel CETR adalah 0,25228 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,60814. Nilai *mean* yang lebih besar dibandingkan standar deviasi menunjukkan bahwa sebaran data kecil dan tidak ada kesenjangan yang cukup besar di antara variabel CETR.

4.3 Uji Asumsi Klasik

4.3.1 Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Apabila nilai signifikansi > 0,05 maka nilai residual tersebut berdistribusi normal begitu juga sebaliknya. Data yang berdistribusi normal memberikan tanda jika pemilihan model regresi tersebut sudah baik dan tidak bias dalam mengambil keputusan.

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		56
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.90553287
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.079
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.
Sumber: output SPSS

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa nilai dari probabilitas atau Asymp. Sig (2-tailed) yaitu sebesar 0,200 dimana nilai tersebut lebih dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.243	.964		5.436	.000		
	NAR	-.653	.168	-.470	-3.886	.000	.881	1.135
	OCD	-.509	.136	-.458	-3.756	.000	.865	1.156
	PUB	.291	.182	.187	1.595	.117	.936	1.068

a. Dependent Variable: CETR

Sumber: output SPSS

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel di atas diperoleh bahwa semua variabel independen atau variabel bebas, yaitu NAR, OCD, dan PUB memiliki nilai *Tolerance* > 0,1 dan VIF <10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinearitas pada variabel independen.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitass

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance tersebut tetap, maka disebut Homokedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak menunjukkan gejala Heteroskedastisitas.

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.153	.615		1.875	.066
	NAR	.041	.107	.055	.378	.707
	OCD	-.087	.087	-.147	-1.002	.321
	PUB	-.110	.116	-.132	-.942	.351

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: output SPSS

Berdasarkan hasil uji pada tabel di atas didapatkan bahwa variabel NAR memiliki signifikansi 0,707 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai 0,05. Variabel OCD memiliki nilai signifikasi sebesar 0,321 dan variabel PUB sebesar 0,351 yang mana nilai tersebut juga lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 dan terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi.

Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.575[a]	.331	.293	.93129	2.273

a. Predictors: (Constant), PUB, NAR, OCD
b. Dependent Variable: CETR
Sumber: output SPSS

Dari hasil uji autokorelasi pada tabel di atas, didapatkan nilai d (*Durbin-Watson*) sebesar 2,273 dengan nilai signifikansi 0,05 atau 5%. Dengan nilai *k* atau jumlah variabel independen 3, didapatkan DU sebesar 1,6830 dan nilai 4-DW yaitu sebesar 2,5419 (4 – 1,4581). Dapat disimpulkan bahwa nilai DW > DU dan 4-DL > DW yang berarti model regresi tersebut terbebas dari autokorelasi.

4.4 Uji Hipotesis Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, yang merupakan metode statistik efektif untuk mengevaluasi pengaruh beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Sebelum melakukan analisis regresi, uji asumsi klasik sangat penting untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dapat memberikan hasil yang valid dan dapat diandalkan.

Dari hasil uji asumsi klasik yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal, yang merupakan syarat dasar dalam analisis regresi linear. Normalitas residual memastikan bahwa estimasi koefisien regresi dapat diandalkan, sehingga hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis akan lebih valid. Tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen, yang berarti tidak ada korelasi tinggi antar variabel yang dapat mengganggu estimasi model.

Gejala heteroskedastisitas tidak ditemukan pada model regresi tersebut, menunjukkan bahwa variasi residual bersifat konstan di seluruh rentang variabel independen. Selain itu tidak terdapat korelasi antara residual dalam model regresi tersebut.

Tabel 4.7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.243	.964		5.436	.000
	NAR	-.653	.168	-.470	-3.886	.000
	OCD	-.509	.136	-.458	-3.756	.000
	PUB	.291	.182	.187	1.595	.117

a. Dependent Variable: CETR

Sumber: output SPSS

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada tabel 4.3.1 dapat disusun persamaan dari model regresi linear berganda sebagai berikut:

CETR= 5,243 – 0,653 NAR – 0,509 OCD + 0,291 PUB

Hasil penelitian ini dari rumus persamaan regresi linear berganda di atas menunjukkan arah hubungan yang ada atau timbul dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Konstanta

   Berdasarkan hasil persamaan di atas, nilai konstanta yang diperoleh sebesar 5,243 yang memiliki arti apabila semua variabel independen yaitu NAR, OCD, dan PUB dianggap bernilai konstan (tetap), maka nilai dari penghindaran pajak yang diproksikan dengan CETR sebesar 5,243.

b. NAR

Nilai koefisien variabel NAR yaitu sebesar -0,653 dan memiliki koefisien regresi bernilai negatif terhadap CETR. Maka hal tersebut mempunyai arti bahwa apabila pada variabel NAR bertambah satu satuan maka akan diikuti penurunan pada variabel CETR sebesar 0,653 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain tetap atau konstan. Nilai koefisien regresi bernilai negatif menunjukkan hubungan negatif yang terjadi di antara NAR dan CETR. Semakin meningkat nilai dari NAR maka nilai CETR semakin menurun. Nilai dari CETR yang menurun menunjukkan adanya penghindaran pajak oleh perusahaan.

c. OCD

Nilai koefisien variabel NAR yaitu sebesar -0,509 dan memiliki koefisien regresi bernilai negatif terhadap CETR. Maka hal tersebut mempunyai arti bahwa apabila pada variabel NAR bertambah satu satuan maka akan diikuti penurunan pada variabel CETR sebesar 0,509 dengan asumsi bahwa variabel independen yang lain tetap atau konstan. Nilai koefisien regresi bernilai negatif menunjukkan hubungan negatif yang terjadi di antara OCD dan CETR. Semakin meningkat nilai dari OCD maka nilai CETR semakin menurun. Nilai dari CETR yang menurun menunjukkan adanya penghindaran pajak oleh perusahaan.

d. PUB

Variabel PUB memiliki koefisien sebesar 0,291 dan memiliki koefisien regresi bernilai positif terhadap CETR. Hal tersebut menunjukkan bahwa saat variabel PUB bertambah satu satuan maka akan diikuti kenaikan nilai dari CETR sebesar 0,291. Nilai koefisien regresi bernilai positif menunjukkan hubungan positif yang terjadi antara PUB dan CETR. Semakin meningkat nilai PUB maka nilai

CETR juga akan mengalami kenaikan. Nilai CETR yang mengalami kenaikan menunjukkan bahwa penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan turun.

4.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui bagaimana kemampuan dari variabel independen dalam menjelaskan variasi yang ada pada variabel dependen. Nilai determinasi ditentukan menggunakan nilai *Adjusted R Square*. Jika hasil dari *Adjusted R Square* mendekati 1, maka variabel independen memiliki kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen dan sebaliknya jika *Adjusted R Square* mendekati 0 maka kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen menjadi terbatas.

Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.575[a]	.331	.293	.93129

a. Predictors: (Constant), PUB, NAR, OCD
b. Dependent Variable: CETR
Sumber: Output SPSS

Berdasarkan tabel di atas, didapatkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,293. Hal tersebut dapat membuktikan bahwa variabel narsisisme CEO, *CEO Overconfidence*, dan Publisitas CEO dapat menjelaskan variabel penghindaran pajak sebesar 29,3% sedangkan untuk 70,7% dijelaskan dengan variabel-variabel lain yang terdapat di luar penelitian ini.

4.4.2 Uji Statistik-T

Uji statistik-T atau uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Dasar untuk penerimaan atau penolakan hipotesis yang telah dibuat yaitu berdasarkan hasil signifikansi. Jika nilai signifikansi ≤0,05 maka hipotesis diterima sedangkan jika nilai signifikansi ≥0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.9 Hasil Uji Statistik-T (Uji Parsial)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.243	.964		5.436	.000
	NAR	-.653	.168	-.470	-3.886	.000
	OCD	-.509	.136	-.458	-3.756	.000
	PUB	.291	.182	.187	1.595	.117

a. Dependent Variable: CETR
Sumber: output SPSS

Uji statistik-T bertujuan untuk mengukur apakah ada pengaruh atau tidak dari variabel independen secara parsial atau individual terhadap variabel dependen. Hasil dari uji t dapat dilihat pada tabel di atas yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel independen narsisisme CEO yang diproksikan dengan NAR (X1) memiliki nilai t hitung -3,886 dan nilai signifikansi yaitu sebesar 0,00. Nilai signifikansi dari NAR kurang dari nilai signifikansi 5%, maka H1 diterima. Hal tersebut berarti bahwa variabel narsisisme CEO yang diproksikan dengan NAR berpengaruh terhadap penghindaran pajak yang diproksikan dengan rasio CETR. Selain itu, nilai dari koefisien regresi NAR yang bernilai negatif (-0,653) menunjukkan apabila nilai NAR mengalami penurunan maka nilai CETR juga

mengalami penurunan. Nilai CETR yang mengalami penurunan menunjukkan adanya kenaikan dari tindak penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Maka hipotesis pertama yang menyatakan bahwa narsisisme CEO berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak diterima.

2. Variabel independen *CEO Overconfidence* yang diproksikan dengan OCD (X2) memiliki nilai t hitung -0,509 dan nilai signifikansi sebesar 0,00. Nilai signifikansi dari OCD yang kurang dari 5% membuat H2 diterima. Hal tersebut berarti bahwa variabel *CEO Overconfidence* yang diproksikan dengan OCD berpengaruh terhadap penghindaran pajak yang diproksikan dengan rasio CETR> Selain itu, nilai dari koefisien regresi OCD yang bernilai negatif (-0,509) menunjukkan apabila nilai OCD mengalami penurunan maka nilai CETR juga mengalami penurunan. Nilai CETR yang mengalami penurunan menunjukkan adanya kenaikan dari tindak penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa *CEO Overconfidence* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak diterima.
3. Variabel independen Publisitas CEO yang diproksikan dengan PUB memiliki nilai t hitung 0,291 dan nilai signifikansi sebesar 0,117. Nilai signifikasi dari PUB lebih besar dari 5% membuat H3 ditolak. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel publisitas CEO yang diproksikan dengan PUB tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak yang diproksikan dengan rasio CETR. Oleh karena itu, hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa publisitas CEO berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak ditolak.

4.4.3 Uji Signifikansi F

Uji signifikansi F atau uji F dilakukan untuk mengukur kelayakan model pada penelitian yang dilakukan dan untuk menentukan apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap variabel independen atau tidak. Suatu model dikatakan layak apabila hasil signifikansinya lebih kecil dari 5% atau 0,05.

Tabel 4.10 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22.329	3	7.443	8.582	.000[b]
	Residual	45.099	52	.867		
	Total	67.429	55			

a. Dependent Variable: CETR
b. Predictors: (Constant), PUB, NAR, OCD

Berdasarkan hasil uji signifikansi pada tabel di atas, didapatkan nilai F hitung sebesar 8,582 dan nilai signifikansi sebesar 0,00. Nilai signifikansi dari uji F lebih kecil dari 5% sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat disimpulkan bahwa model regresi layak dan dapat digunakan sebagai dasar analisis.

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian

4.5.1 Pengaruh Narsisisme CEO Terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan Uji T pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa narsisisme CEO memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien determinasi beta sebesar -0,653. Semakin besar narsisisme seorang CEO maka semakin besar pula mereka melakukan penghindaran pajak. Nilai koefisien menunjukkan bahwa

hipotesis pertama yaitu narsisisme CEO berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak diterima. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh García-Meca et al (2021). CEO dengan tingkat narsisisme yang tinggi akan lebih mengharapkan pengakuan dari seseorang terhadap pekerjaan ataupun hal yang mereka lakukan. Oleh karena itu CEO dengan narsisisme tinggi cenderung untuk melakukan praktik penghindaran pajak guna meningkatkan kinerja perusahaan dan meningkatkan laba perusahaan, yang mana tujuan mereka ialah untuk mendapatkan pujian dan meningkatkan citra mereka.

4.5.2 Pengaruh *CEO Overconfidence* Terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan Uji T pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa *CEO overconfidence* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai koefisien determinasi beta sebesar -0,509. Nilai koefisien menunjukkan bahwa hipotesis kedua yaitu *CEO overconfidence* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak diterima. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Souguir et al. (2023) dan Sumunar et al. (2019). CEO yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi akan mengurangi kewajiban pajak mereka dengan melakukan penghindaran pajak guna menyediakan lebih banyak dana untuk investasi mereka agar para investor tertarik untuk berinvestasi di perusahaan.

4.5.3 Pengaruh Publisitas CEO Terhadap Penghindaran Pajak

Berdasarkan hasil dari Uji T pada tabel 4.9 memperlihatkan bahwa Publisitas CEO memiliki nilai signifikansi sebesar 0,117 dan nilai koefisien determinasi beta sebesar 0,291. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa

publisitas CEO tidak memiliki pengaruh terhadap penghindaran. pajak. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan yang dibuat oleh CEO dengan publisitas yang tinggi maupun rendah untuk operasional perusahaan tidak akan berdampak terhadap penghindaran pajak yang dilakukan. Mereka mungkin lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan terkait penghindaran pajak karena risiko negatif yang dapat timbul terhadap citra mereka. Ketidakpastian mengenai reaksi publik dan investor membuat mereka lebih memilih untuk memenuhi regulasi perpajakan dibandingkan mengambil risiko dengan melakukan strategi penghindaran pajak.

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian yang sudah dilakukan ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah narsisisme CEO, *CEO overconfidence*, dan publisitas CEO berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak. Analisis tersebut dilakukan pada perbankan syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam rentang waktu 2017-2023, dengan kesimpulan sebagai berikut:

1. Narsisisme CEO berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Artinya semakin tinggi tingkat narsisisme CEO, maka praktik penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan juga tinggi. Hal tersebut tercermin dari nilai koefisien regresi yang bernilai negatif di antara NAR dan OCD. Saat nilai NAR tinggi, maka nilai dari CETR rendah. Sehingga praktik penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan semakin tinggi akibat dari CETR yang rendah.
2. *CEO overconfidence* berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak. Artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan diri seorang CEO, maka semakin tinggi pula praktik penghindaran pajak yang dilakukan oleh perusahaan. Hal tersebut tercermin dari nilai koefisien regresi yang bernilai negatif di antara OCD dan CETR. Saat nilai OCD tinggi, maka nilai CETR rendah. Praktik penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan semakin tinggi akibat dari CETR yang rendah.
3. Publisitas CEO yang diproksikan menggunakan SVI menghasilkan analisis bahwa publisitas CEO tidak berpengaruh terhadap praktik penghindaran pajak. Artinya bahwa tingkat kepopuleran CEO yang tinggi maupun rendah tidak akan mempengaruhi praktik penghindaran pajak.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang sudah dilakukan memiliki keterbatasan berikut:

1. Sampel pada penelitian ini hanya terbatas pada perusahaan perbankan syariah. Sehingga hasil dari penelitian belum dapat mewakili perusahaan pada seluruh industri terkait dengan praktik penghindaran pajak.
2. Hasil untuk uji koefisien sebesar 0,293 menunjukkan bahwa variabel narsisisme CEO, *CEO overconfidence*, dan publisitas CEO hanya mampu menjelaskan variabel penghindaran pajak sebesar 29,3%. Sedangkan sisanya, yaitu 70,7% dijelaskan oleh variabel independen lain diluar dari penelitian ini.
3. Penelitian ini menggunakan SVI dari google trends sebagai indikator untuk mengukur nilai publisitas CEO. Google trends cenderung mengecualikan data dari pencarian yang memiliki volume rendah, sehingga tingkat popularitas CEO yang didapatkan mungkin tidak terwakili dengan baik.

5.3 Saran

Berdasarkan pada hasil analisis yang telah dijelaskan di atas, terdapat beberapa saran yang penulis dapat berikan untuk penelitian selanjutnya:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menguji model ini dengan menggunakan populasi yang berbeda.
2. Penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain sehingga memperkuat pengaruh variabel independen terhadap penghindaran pajak.
3. Pada penelitian selanjutnya, indikator untuk mengukur nilai publisitas CEO dapat diubah, misalnya dengan menggunakan *Public Relation Value.*

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M., Chandra, T., & Priyati, R. Y. (2021). Pengaruh Kepemilikan Saham Asing, Kualitas Informasi Internal, Publisitas CEO, ROA, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Penghindaran Pajak. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, *10*(2), 156–170.

Bivianti, V., Stefani, M. E., & Yuniarsih, N. (2022). *The Effect of Executive Characteristics, CEO Overconfidence, Capital Intensity on Tax Avoidance*.

Doho, S. Z., & Santoso, E. B. (2020). Pengaruh Karakteristik CEO, Komisaris Independen, dan Kualitas Audit Terhadap Penghindaran Pajak. *Media Akuntansi Dan Perpajakan Indonesia*, *1*(2), 169–184.

Duan, T., Ding, R., Hou, W., & Zhang, J. Z. (2018). The Burden of Attention: CEO Publicity and Tax Avoidance. *Journal of Business Research*, *87*, 90–101. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.02.010

García-Meca, E., Ramón-Llorens, M. C., & Martínez-Ferrero, J. (2021). Are Narcissistic CEOs More Tax Aggressive? The Moderating Role of Internal Audit Committees. *Journal of Business Research*, *129*, 223–235. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.043

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Universitas Diponegoro.

Ivastya, R., & Fanani, Z. (2020). The Effect of Publicity of the President Director and Majority Shareholders on Tax Avoidance. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, *5*(2), 885–901. www.jraba.org

Kalbuana, N., Taqi, M., Uzliawati, L., & Ramdhani, D. (2023). CEO Narcissism, Corporate Governance, Financial distress, and Company Size on Corporate Tax Avoidance. *Cogent Business and Management*, *10*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2167550

Luthan, L., & Mazelfi, I. (2023). Analisis Pengaruh Karakteristik Dewan Pengawas Syariah Terhadap Perilaku Pengambilan Risiko dan Penghindaran Pajak Pada Perbankan Syariah Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, *18*(1), 135–149. https://akuntansi.pnp.ac.id/jam

Nasly, S. (2024, May 30). *Penerimaan Pajak Hingga April 2024 Anjlok, Apa Sebabnya*. Pajakku.Com. https://www.pajakku.com/read/2da50f42-41da-451a-ac7f-2437cfde9dad/Penerimaan-Pajak-Hingga-April-2024-Anjlok-Apa-Sebabnya

Pratomo, D., Nazar, M. R., & Pratama, R. A. (2022). Pengaruh Inventory Intensity, Karakter Eksekutif, Karakteristik CEO Terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada Tahun 2016-2020. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, *22*(3), 1999. https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2871

Pulungan, M. H., Yunita, N. A., Yusra, M., & Arliansyah, A. (2022). Pengaruh intensitas modal, likuiditas, leverage dan kepemilikan institusional terhadap tax avoidance pada perusahaan pertambangan subsektor batu bara yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi Malikussaleh (JAM)*, *1*(1), 93. https://doi.org/10.29103/jam.v1i1.6850

Razali, M. W. M., Jambl, D. J. B. A., Yau, D. L. L., & Muhammad, A. (2024). MEASUREMENT OF CEO CONFIDENCE: A Literature Review. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, *5*(3), 28–35. https://doi.org/10.55197/qjssh.v5i3.362

Souguir, Z., Lassoued, N., & Bouzgarrou, H. (2023). CEO overconfidence and tax avoidance: role of institutional and family ownership. *International Journal of Managerial Finance*. https://doi.org/10.1108/IJMF-12-2022-0545

Sumunar, K. I., Jannah, L., & Aulia, D. (2019). CEO Overconfidence, Tax Avoidance, and Education Foundation. *Jurnal Akuntansi Dan Auditing Indonesia*, *23*(2). https://doi.org/10.20885/jaai.vol23

Tax Justice Network. (2023a). *Country Profiles Indonesia*. https://taxjustice.net/country-profiles/indonesia/

Tax Justice Network. (2023b). *State of Tax Justice 2023*.

Wahyuni, M. (2021). *Statistik Deskriptif untuk Penelitian Olah Data Manual dan SPSS Versi 25*. Bintang Pustaka Madani.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Nama Perusahaan

No.	Nama Perusahaan
1.	PT Bank Aceh Syariah
2.	PT Bank BCA Syariah
3.	PT Bank BTPN Syariah Tbk
4.	PT Bank Jabar Banten Syariah
5.	PT Bank KB Bukopin Syariah
6.	PT Bank Mega Syariah
7.	PT Bank NTB Syariah
8.	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk
9.	PT Bank Syariah Indonesia
10.	PT Bank Victoria Syariah
11.	PT BPD Riau Kepri Syariah

Lampiran 2 Analisis Nilai CETR

No.	Nama Perusahaan	Tahun	Laba Sebelum Pajak	Beban Pajak Penghasilan	CETR
1.	PT Bank Aceh Syariah	2017	532,687,181,900	136,476,439,500	0.256
		2018	540,281,139,246	135,543,138,000	0.251
		2019	545,849,566,679	138,821,424,750	0.254
		2020	420,076,394,500	86,917,913,687	0.207
		2021	502,172,266,959	111,875,394,840	0.223
		2022	569,895,425,278	137,901,548,400	0.242
		2023	561,178,549,051	130,050,997,120	0.232
2.	PT Bank BCA Syariah	2017	62,192,686,074	17,324,915,000	0.279
		2018	72,393,453,347	20,507,973,750	0.283
		2019	83,295,675,610	21,075,904,500	0.253
		2020	92,603,681,838	22,320,149,060	0.241
		2021	107,507,014,652	24,505,533,380	0.228
		2022	146,209,309,985	34,749,333,520	0.238
		2023	191,398,797,845	60,072,171,060	0.314
3.	PT Bank BTPN Syariah Tbk	2017	908,698,000,000	264,471,000,000	0.291
		2018	1,229,019,000,000	377,414,000,000	0.307
		2019	1,878,249,000,000	526,767,000,000	0.280
		2020	1,124,296,000,000	316,829,000,000	0.282
		2021	1,877,473,000,000	371,748,000,000	0.198
		2022	2,282,394,000,000	510,165,000,000	0.224
		2023	1,379,894,000,000	411,468,000,000	0.298
4.	PT Bank Jabar Banten Syariah	2023	75,097,210,000	13,913,417,000	0.185
5.	PT Bank KB Bukopin Syariah	2019	2,507,512,625	889,496,193	0.355
		2020	2,544,693,601	736,655,508	0.289
6.	PT Bank Mega Syariah	2017	96,432,189,000	20,827,874,000	0.216
		2018	60,712,975,000	11,817,555,000	0.195
		2019	64,545,516,000	10,768,636,000	0.167
		2020	168,989,004,000	20,425,425,000	0.121
		2021	688,210,426,000	160,572,096,000	0.233
		2022	342,923,016,000	87,729,171,000	0.256
		2023	305,162,876,000	72,220,377,000	0.237
7.	PT Bank NTB Syariah	2018	53,360,039,880	14,941,328,650	0.280
		2019	224,375,865,840	60,641,636,000	0.270
		2020	176,165,286,746	41,853,645,110	0.238
		2021	188,730,764,636	54,664,559,180	0.290
		2022	248,836,933,195	71,854,253,240	0.289

		2023	283,444,216,135	76,110,309,880	0.269
8.	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk	2019	22,226,488,000	8,989,477,000	0.404
		2023	248,312,263,000	3,621,798,000	0.015
9.	PT Bank Syariah Indonesia	2017	150,957,000,000	49,866,000,000	0.330
		2018	151,514,000,000	44,914,000,000	0.296
		2019	116,865,000,000	42,849,000,000	0.367
		2020	3,005,197,000,000	817,548,000,000	0.272
		2021	3,960,524,000,000	932,319,000,000	0.235
		2022	5,514,803,000,000	1,254,621,000,000	0.228
		2023	7,399,472,000,000	1,695,729,000,000	0.229
10.	PT Bank Victoria Syariah	2017	6,098,951,987	1,505,463,924	0.247
		2019	1,068,684,137	155,352,381	0.145
		2022	6,888,802,302	1,775,725,016	0.258
		2023	15,707,654,553	3,815,720,030	0.243
11.	PT BPD Riau Kepri Syariah	2017	577,674,775,545	123,279,920,250	0.213
		2018	495,332,671,914	153,000,889,980	0.309
		2020	672,854,536,014	171,864,077,880	0.255
		2021	515,098,352,913	126,372,383,280	0.245
		2022	295,473,585,935	104,729,722,240	0.354
		2023	382,534,518,765	81,112,522,920	0.212

Lampiran 3 Data Narsisisme CEO

No.	Nama Perusahaan	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1.	PT Bank Aceh Syariah	3	3	3	4	4	3	3
2.	PT Bank BCA Syariah	3	3	3	3	3	3	3
3.	PT Bank BTPN Syariah Tbk	3	3	3	3	3	3	3
4.	PT Bank Jabar Banten Syariah	-	-	-	-	-	-	3
5.	PT Bank KB Bukopin Syariah	-	-	3	4	-	-	-
6.	PT Bank Mega Syariah	3	4	4	2	2	3	3
7.	PT Bank NTB Syariah	-	2	3	3	3	5	5
8.	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk	-	-	2	-	-	-	3
9.	PT Bank Syariah Indonesia	3	3	2	3	3	3	3
10.	PT Bank Victoria Syariah	2	-	2	-	-	3	3
11.	PT BPD Riau Kepri Syariah	3	3	-	3	3	3	3

Lampiran 4 Analisis Nilai *CEO Overconfidence*

No.	Nama Perusahaan	Tahun	Overinvestment	DER	Dividend Yield	CEO Overconfidence
1.	PT Bank Aceh Syariah	2017	1	1	0	1
		2018	1	1	0	1
		2019	1	1	0	1
		2020	1	0	0	0
		2021	1	0	0	0
		2022	1	1	0	1
		2023	1	1	0	1
2.	PT Bank BCA Syariah	2017	0	0	1	0
		2018	0	0	1	0
		2019	0	0	1	0
		2020	0	0	1	0
		2021	0	0	1	0
		2022	0	0	1	0
		2023	0	1	1	1
3.	PT Bank BTPN Syariah Tbk	2017	1	0	1	1
		2018	1	0	1	1
		2019	1	0	1	1
		2020	1	0	0	0
		2021	1	0	0	0
		2022	1	0	0	0
		2023	1	0	0	0
4.	PT Bank Jabar Banten Syariah	2023	1	1	1	1
5.	PT Bank KB Bukopin Syariah	2019	0	1	1	1
		2020	0	1	1	1
6.	PT Bank Mega Syariah	2017	0	1	1	1
		2018	0	0	1	0
		2019	0	0	1	0
		2020	0	1	1	1
		2021	0	0	1	0
		2022	0	0	1	0
		2023	0	0	1	0
7.		2018	0	0	0	0
		2019	0	0	0	0

	PT Bank NTB Syariah	2020	0	1	0	0
		2021	0	1	0	0
		2022	1	1	0	1
		2023	1	1	0	1
8.	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk	2019	0	0	1	0
		2023	0	1	1	1
9.	PT Bank Syariah Indonesia	2017	1	1	1	1
		2018	1	1	1	1
		2019	1	1	0	1
		2020	1	1	1	1
		2021	1	1	1	1
		2022	1	1	0	1
		2023	1	1	0	1
10.	PT Bank Victoria Syariah	2017	0	0	1	0
		2019	0	0	1	0
		2022	0	0	1	0
		2023	0	0	1	0
11.	PT BPD Riau Kepri Syariah	2017	1	1	1	1
		2018	1	1	1	1
		2020	1	1	0	1
		2021	1	1	0	1
		2022	1	0	1	1
		2023	1	1	0	1

Lampiran 5 Data Publisitas CEO

No.	Nama Perusahaan	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1.	PT Bank Aceh Syariah	0.019	0.000	0.000	0.019	0.000	0.019	0.033
2.	PT Bank BCA Syariah	0.000	0.000	0.019	0.019	0.019	0.000	0.019
3.	PT Bank BTPN Syariah Tbk	0.000	0.000	0.019	0.037	0.000	0.051	0.019
4.	PT Bank Jabar Banten Syariah	-	-	-	-	-	-	0.000
5.	PT Bank KB Bukopin Syariah	-	-	0.000	0.000	-	-	-
6.	PT Bank Mega Syariah	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
7.	PT Bank NTB Syariah	-	0.019	0.000	0.022	0.000	0.000	0.000
8.	PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk	0.019	-	-	-	-	-	0.000
9.	PT Bank Syariah Indonesia	0.000	0.035	0.050	0.020	0.039	0.019	0.019
10.	PT Bank Victoria Syariah	0.019	-	0.019	0.000	0.000	0.000	0.000
11.	PT BPD Riau Kepri Syariah	0.000	0.000	-	0.000	0.000	0.000	0.000