

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*,
PROFITABILITAS DAN *LEVERAGE* TERHADAP AGRESIVITAS
PAJAK PADA PERUSAHAAN SEKTOR ENERGY YANG
TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2018-2022**

Rhiza Ayu Salsabila
11211339

Program Studi Akuntansi STIE Bank BPD Jateng
e-mail rhizayu@yahoo.com

Abstrak

Pajak ialah iuran masyarakat kepada negara yang sudah diatur dalam perundang-undangan untuk memperoleh sebuah tujuan untuk membiayai pengeluaran negara dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas dan *leverage* terhadap agresivitas pajak pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 370 populasi dan didapatkan jumlah sampel sebanyak 100 yang diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan periode 2018-2022 yang diambil dari situs resmi BEI. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa *corporate social responsibility*, profitabilitas dan *leverage* secara bersama-sama berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Namun secara parsial menjelaskan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, profitabilitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap agresivitas pajak.

Kata kunci: agresivitas pajak, *corporate social responsibility*, profitabilitas, *leverage*

Abstract

Taxes are public contributions to the state which have been regulated in statutory regulations to achieve the goal of financing state expenditure in the context of administering government. This research aims to determine and provide empirical evidence regarding the influence of corporate social responsibility, profitability and leverage on tax aggressiveness in energy sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2018-2022 period. The population in this study was 370 people and a sample size of 100 people was obtained using a purposive sampling method based on predetermined criteria. The data used is secondary data in the form of annual financial reports for the 2018-2022 period taken from the official IDX website. The research results simultaneously show that corporate social responsibility, profitability and leverage together influence tax aggressiveness. However, it partially explains that corporate social responsibility has a negative and significant effect on tax aggressiveness, profitability has a negative and significant effect on tax aggressiveness, while leverage has a positive and insignificant effect on tax aggressiveness.

Keywords: *tax aggressiveness corporate social responsibility, profitability, leverage*

1. Pendahuluan

Semakin meluasnya pasar perdagangan dunia menjadi kesempatan emas bagi perusahaan untuk membentuk bisnisnya agar semakin berkembang melalui berbagai macam inovasi yang dilakukannya. Pada dasarnya, perusahaan dengan potensi laba tinggi berdampak pada motivasi penuh untuk menekan biaya pajak seminimal mungkin. Perencanaan manajemen berperan penting dalam merealisasikan hal tersebut, yaitu dengan menekan biaya pajaknya. Dalam melakukan penekanan, perlu mempertimbangkan biaya yang dipakai yaitu *cost* dan *margin* (Junensie et al., 2020).

Menurut Maulana (2020) bahwa pengertian pajak merupakan sesuatu yang merugikan bagi perusahaan. Pajak dianggap mengurangi total pendapatan laba bersih yang diterima perusahaan. Perusahaan akan mencari strategi untuk meminimalkan pembayaran pajak, karena mereka menganggap pajak sebagai penghambat tercapainya keuntungan maksimal bagi perusahaan. Sebagai bentuk perlawanan, biasanya perusahaan melakukan manajemen pajak guna menghindari tingginya pembayaran pajaknya. Tindak agresif pajak sudah menjadi fitur umum pada lingkup perusahaan di berbagai negara.

Menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pasal 1 ayat (1) bahwa pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapat imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi kemakmuran rakyat. Oleh karena itu, fungsi utama perpajakan adalah menyediakan dana untuk belanja negara dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan.

Menurut data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia tentang realisasi pendapatan pajak negara yang ditunjukkan pada tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1
Realisasi dan Target Pendapatan Pajak Tahun 2018-2022
(Triliun Rupiah)

Periode	Target	Realisasi	Persentase
2018	1.539,16	1.283,50	83,40%
2019	1.577,56	1.332,06	84,44 %
2020	1.198,82	1.072,10	89,42 %
2021	1.229,60	1.277,10	103,86 %
2022	1.784,00	2.034,50	114,01 %

Sumber : www.kemenkeu.go.id 2023

Tabel diatas membuktikan bahwa realisasi pajak tidak pernah mencapai targetnya selama 4 tahun terakhir yaitu dalam kurun waktu tahun 2018 hingga 2021. Hal ini tersebut disebabkan rendahnya kesadaran wajib pajak dalam membayar pajak suatu negara. Direktorat Jendral Pajak (DJP) mencatat wajib pajak badan dari total 1,45 juta wajib pajak badan atau sekitar 58% yang tidak bayar pajak. Oleh karena itu, pemerintah perlu meningkatkan kualitas dan kuantitas pemeriksaan pajak.(Wulansari dkk., 2020).

Dari segi penerapan sistem perpajakan, Indonesia memakai *self assessment system*. *Self assessment system* ialah sebuah sistem diberlakukan oleh pemerintah yaitu Direktorat Jendral Pajak dalam hal pemungutan pajak, masyarakat dituntut untuk lebih aktif dalam pembayaran wajib pajaknya. Mulai dari menghitung, membayar dan melaporkan sendiri kena pajaknya. Dalam sistem terbaru ini, wajib pajak lebih diuntungkan karena wajib pajak dapat mengkalkulasikan beban pajaknya sendiri. Namun, sistem tersebut cukup merugikan negara

karena target penerimaan pajak tidak sesuai dengan yang diharapkan negara . Hal tersebut dikarenakan wajib pajak memanfaatkan peluang tersebut untuk mengurangi beban pajak sekecil mungkin, salah satunya melalui tindakan agresivitas pajak (Sahala et al., 2020).

Menurut Muliasari & Hidayat, (2020) Agresivitas pajak merupakan perilaku merancang atau memanipulasi pendapatan kena pajak melalui perencanaan pajak. Tabrani (2020) menyatakan bahwa agresivitas pajak muncul dikarenakan terdapat beda kepentingan wajib pajak dan pemerintah. Pada kegiatan pemerintahan, mayoritas dari pendapatan terutama pada sektor pajak diperlukan oleh pemerintah sebagai dana untuk kegiatan operasionalnya. Sedangkan dari pihak perusahaan akan mengalami penurunan laba apabila membayar pajak dalam jumlah yang besar. Oleh karena itu, banyak perusahaan akan melakukan tindakan yang agresif pada saat meminimalisir beban pajak yang wajib dibayar perusahaan. Menurut Migang dan Dina (2020) pada dasarnya kasus agresivitas pajak akan dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Jika ada pemberitaan tentang tindakan agresivitas pajak pada suatu perusahaan maka akan sedikit banyak mempengaruhi nilai perusahaan, terkhusus pada harga saham perusahaan di pasar. Agresivitas pajak sebagai pengaturan atau rencana yang digunakan dengan fungsi utamanya adalah menghindari pajak. Dengan begitu perusahaan akan memiliki pendapatan yang lebih namun dengan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut mengakibatkan penurunan dalam pendapatan pajak yang diterima oleh negara. Harnet (2018) menyatakan bahwa apabila pendapatan pajak yang diterima oleh negara kurang maka dapat memunculkan potensi kondisi yang tidak kondusif sebagai contoh permusuhan, kemudian dapat menimbulkan reputasi perusahaan yang buruk dimata publik maupun stakeholder dan potensi yang paling buruk adalah kemungkinan pemberhentian operasi bisnis.

Salah satu sektor yang memiliki potensi sangat tinggi melakukan tindak penghindaran pajak yaitu perusahaan pertambangan (Retno & Prihatinah, 2020). Baru- baru ini telah terjadi kasus agresivitas pajak yang telah dilakukan oleh PT. Adaro Energy Tbk. Dimuat oleh berita online <https://tirto.id> pemerintah melalui Direktorat Jendral Pajak (DJP) menyelidiki dugaan tindakan penghindaran pajak agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan batu bara PT Adaro Energy Tbk. Pada laporan tersebut, Adaro diindikasikan melarikan pendapatan dan menekan biaya pajak yang dibayarkan kepada pemerintah Indonesia. Berdasarkan laporan investigasi yang diterbitkan oleh *LSM Internatioanl Global Witnes*, hal ini dilakukan dengan menjual batu bara dengan harga rendah ke anak perusahaan Adaro di Singapura, Coaltrade Services International untuk dijual lagi dengan harga yang lebih tinggi. Melalui perusahaan tersebut, *Global Witnes* menemukan potensi pembayaran pajak yang lebih rendah dari seharusnya dengan nilai 125 juta dolar.

Pada penelitian sebelumnya peneliti mencoba mengaitkan dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap agresivitas pajak diantaranya *corporate social responsibility*, leverage dan ukuran perusahaan serta struktur kepemilikan. *Corporate social responsibility (CSR)* adalah kegiatan yang kaitanya dengan etika dan tanggung jawab perusahaan dalam melaksanakan aktivitas operasi dengan fokus pada kepentingan pada aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Putri et.al, 2023). Pelaksanaan CSR merupakan bentuk dari partisipasi perusahaan demi menjaga loyalitas dan citra perusahaan dimata masyarakat (Junensie et al., 2020).

Dilihat berdasarkan sudut pandang pajak penghasilan (PPh), perusahaan akan mencari cara agar biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas CSR bisa dialihkan sebagai biaya yang mengurangi laba kena pajak (Putri et.al, 2023). Akan tetapi, tingginya biaya yang dikeluarkan tidak selalu mengurangi laba, karena laba berasal dari pendapatan dikurangi total beban operasional. Meningkatnya laba apabila jumlah finansial perusahaan naik lebih besar dari beban, yang berefek pada besarnya pajak yang dibayarkan. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan sulit melakukan penghindaran pajak. Oleh sebab itu perlu dilakukannya penelitian

lebih lanjut mengenai pengaruh *corporate social responsibility (CSR)* terhadap tindak agresivitas pajak. Menurut penelitian dari Romasi dan Cindy (2023) bahwa *corporate social responsibility* secara keseluruhan berpengaruh terhadap agresivitas pajak, namun secara parsial CSR tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Menurut penelitian Makhfudloh et al. (2018) dan Hidayat et al. (2016) dan Romasi dan Cindy (2023) bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Tingginya CSR suatu perusahaan menandakan rendahnya tindak agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Sedangkan penelitian Junensie et al. (2020) dan Rengganis & Dwija Putri (2018) bahwa CSR berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Ada juga penelitian dari dan (Fionasari et al., 2017) bahwa CSR tidak ada pengaruhnya terhadap tindak agresivitas pajak.

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mengejar keuntungan atau laba selama rentang waktu tertentu. Tingkat efektivitas manajerial suatu bisnis juga ditunjukkan oleh profitabilitas yang ditunjukkan oleh keuntungan dari penjualan atau pendapatan investasi (Kasmir 2019). Tingkat profitabilitas perusahaan yang lebih besar berdampak pada seberapa agresif pendekatan pajaknya. Hal ini terjadi sebagai akibat dari betapa mudahnya bagi bisnis dengan pendapatan tinggi untuk mengelola beban pajak mereka melalui celah pajak (Dewinta dan Setiawan, 2016). Penelitian terkait yang dilaksanakan oleh Devi, dkk (2022), Gultom (2021), Novriyanti dan Winanda (2020), Rifai dan Suci (2019), Ayu dan Jati (2019), Budianti dan Curry (2018) mengungkapkan jika profitabilitas mempengaruhi penghindaran pajak. Penelitian lain yang dilaksanakan oleh Artinasari dan Mildawati (2018) menemukan bahwasanya ROA tidak mempengaruhi agresivitas pajak.

Faktor selanjutnya yaitu *leverage*, didefinisikan sebagai salah satu rasio utang yang digunakan dalam pendanaan kegiatan operasional perusahaan (Ayuningtyas & Sujana, 2018). Rasio *leverage* merupakan jumlah hutang yang digunakan perusahaan untuk mendukung kegiatan usahanya untuk mencapai tujuan perusahaan, terutama dalam hal meningkatkan pendapatan keuangan. Hutang perusahaan yang tinggi akan mengakibatkan tingginya beban bunga yang harus dibayarkan kepada kreditor. Hal tersebut difungsikan sebagai pengurang laba di perusahaan lalu dengan sendirinya akan terjadi penurunan biaya beban pajak di perusahaan. Seberapa besar *leverage* pada suatu perusahaan akan memberi pengaruh terhadap tingkat beban pajak yang harus dibayarkan. *Leverage* dapat menggambarkan seberapa jauh pembiayaan perusahaan melalui hutang perusahaannya. Menurut Goh dkk. (2019) apabila *leverage* yang diperoleh perusahaan tersebut memiliki nilai yang tinggi maka akan menggambarkan perusahaan akan jauh lebih agresif terhadap pajak. Pada penelitian yang dilakukan oleh Muliastari dan Hidayat (2020), Putri et al. (2018), Luh & Puspita (2017) mengemukakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Karena jika rasio *leverage* tinggi, perusahaan akan mempunyai kewajiban yang tinggi juga sehingga menimbulkan tingkat agresivitas pajak yang semakin tinggi. Sedangkan menurut Tiaras & Wijaya (2017), dan Yuliana & Wahyudi (2018) Yanti dan Hartono (2019) *leverage* tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Ketidakkonsistennya penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil berbeda dari setiap peneliti, sehingga penelitian ini masih layak untuk dikaji kembali. Penelitian ini merupakan replika dari penelitian Romasi dan Cindy, (2023) mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, profitabilitas dan *leverage* terhadap agresivitas pajak. Namun terdapat perbedaan antara peneliti ini dengan peneliti Romasi dan Cindy, (2023). Adapun perbedaan peneliti ini terdapat pada objek penelitiannya. Pada penelitian Romasi dan Cindy, (2023) menggunakan perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016-2018. Berdasarkan kasus yang sudah penulis jelaskan diatas, penulis mengambil objek penelitian pada perusahaan sektor *energy* yang terdaftar di BEI periode 2018-2022, karena data tersebut merupakan data terbaru dari Bursa Efek Indonesia, diharapkan hasilnya akan relevan untuk

memenuhi keadaan saat ini.

Alasan penulis memilih sektor sektor energy karena berdasarkan berita <https://news.ddtc.co.id> bahwa Komite Pemberantasan Korupsi menilai industri pertambangan subsektor batu bara rawan korupsi, salah satunya penggelapan pajak. KPK mencatat, pajak pertambangan yang kurang dibayar per tahun di kawasan hutan mencapai Rp 15,9 triliun. Sementara itu, hingga tahun 2021, hasil koordinasi dan pengawasan (korsup) yang dipimpin oleh KPK mengungkapkan tunggakan pajak nasional bukan pajak (PNBP) sektor pertambangan dan batubara mencapai Rp 25,5 triliun.

Berdasarkan fenomena diatas, penelitian ini dilakukan bertujuan (i) untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak, (ii) untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap agresivitas pajak dan, (iii) untuk menguji pengaruh *leverage* terhadap agresivitas pajak, dengan mengajukan pertanyaan penelitian (i) apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?, (ii) apakah profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak?, dan (iii) *leverage* berpengaruh terhadap agresivitas pajak?.

2. Kajian Pustaka

2.1. Kajian Teori

Teori Legitimasi

Teori legitimasi ialah sikap tanggung jawab sosial perusahaan yang berfokus pada masyarakat dan kelompok masyarakat (Damayanthi, 2019). Hal inilah yang menyatakan bahwa terdapat hubungan sosial antara perusahaan dan masyarakat. Dalam membentuk hubungan sosial, perusahaan harus bisa menyesuaikan dengan nilai dan norma yang berlaku dilingkungan masyarakat, supaya keduanya dapat berjalan beriringan. Terori legitimasi mengharuskan perusahaan memiliki aktivitas dan kinerja yang dapat diterima dilingkungan masyarakat. Legitimasi perusahaan merupakan salah satu cara untuk mendapatkan pengakuan baik dari masyarakat yang diinginkan perusahaan dari masyarakat, maka *corporate social responsibility* adalah usaha yang dapat dilakukan perusahaan untuk memperoleh legimentasi dari masyarakat. Adanya legitimasi dari masyarakat bisa menjauhkan perusahaan dari hal-hal yang tidak diinginkan dan meningkatkan kualitas perusahaan tersebut (Soemarso, 2018). Teori legitimasi mengungkapkan jika perusahaan harusnya tidak hanya mementingkan hak investor melainkan juga hak publik harus diperhatikan, karena kelanjutan hidup perusahaan juga tergantung bagaimana hubungan perusahaan terhadap lingkungan perusahaan itu berada (Hasan et al, 2017). Teori legitimasi mendorong perusahaan untuk melakukan tindakan sosial berupa *corporate social responsibility* agar perusahaan bisa mendapatkan pengakuan baik dari masyarakat. Semakin besar pengungkapan CSR maka semakin baik juga citra perusahaan dimata masyarakat. Maka teori legitimasi ini kemudian melandasi hubungan pengungkapan CSR terhadap agresivitas pajak.

Teori Stakeholders

Teori stakeholder ialah teori yang memberikan gambaran mengenai seperti apa hubungan dengan stakeholdernya. Pada teori stakeholder juga menyatakan bila perusahaan tidak hanya beroperasi sesuai dengan kepentingan sendiri namun juga harus memberikan manfaat bagi bagi stakeholdernya (Siregar & Widyawati, 2016). Teori stakeholder mengatakan bila perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial dan perusahaan harus memikirkan kepentingan pihak-pihak yang yang terdampak oleh aktivitas perusahaan, tetapi harusnya perusahaan tidak hanya memikirkan kepentingan pemegang saham namun juga kepada stakeholder lainnya, seperti tanggung jawab perusahaan kepada pemerintah dalam membayar pajak (Merkusiwati & Eka Damayanthi, 2019). Jika dilihat teori stakeholder dan teori legitimasi memiliki kemiripan dalam menjalankan kegiatan tanggung jawab terhadap stakeholder. Namun teori

legitimasi sendiri mendorong perusahaan untuk dapat beroperasi dalam aturan yang ada di masyarakat atau teori ini mendorong perusahaan untuk mengutamakan kepentingan masyarakat dan lingkungan. Teori stakeholder mendorong perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada stakeholdernya terutama yang memberikan kontribusi yang besar terhadap sumber daya untuk aktivitas operasi perusahaan. Teori stakeholder lah yang mendasari hubungan profitabilitas dan *leverage* dengan agresivitas pajak.

Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR merupakan bentuk perhatian dan komitmen suatu perusahaan untuk menjamin agar praktek usahanya memenuhi kriteria tanggung jawab pada pemangku kepentingan (Junensie et al., 2020). Menurut *The World Business Council of Sustainable Development (WBCSD)* mengatakan CSR adalah komitmen perusahaan terkait keterlibatannya dalam pembangunan berkelanjutan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat luas. Karenanya, perusahaan tak hanya fokus pada laba atau keuntungan finansial yang dihasilkannya, namun juga berorientasi pada lingkungan dan sosial sekitar perusahaan. Hal tersebut dilakukan demi menjaga citra baik perusahaan dimata masyarakat. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Setyoningrum, 2019) bahwa CSR adalah kunci keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Peraturan mengenai CSR bagi badan usaha di Indonesia diatur pada UU Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74. Perusahaan berkewajiban melaporkan pelaksanaan CSR dalam laporan tahunan yang berada dalam pasal 66 (2c). Indonesia sendiri, standar pengukuran CSR itu berdasarkan *Global Reporting Initiative (GRI)*. Pengukuran GRI ini dianggap sustainable karena pengukuran ini sudah umum dipakai di Indonesia. Isi dari standar GRI ini yaitu laporan yang koherensif tentang hasil dari pendapatan finansial dan keberlanjutan outcome. Aspek ekonomi, lingkungan, sosial dan pemerintahan adalah indikator yang digunakan GRI untuk penilaian CSR (Setyoningrum, 2019).

Profitabilitas

Profitability adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham yang tertentu. Rasio *profitability* perusahaan dapat dihitung dengan membandingkan laba bersih sesudah pajak terhadap total aset. Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset, yang berarti efisiensi manajemen Walidayni dan Fidiana, 2022).

Menurut Siregar dan Utama (2020) rasio profitabilitas adalah rasio yang dipakai untuk menilai bagaimana keberhasilan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan yang ingin didapat. Rasio-rasio yang bisa dipakai untuk mengukur rasio profitabilitas perusahaan yakni (i) *Return On Assets (ROA)* merupakan rasio yang memberikan informasi atau menjelaskan mengenai kemampuan perusahaan dalam mendapatkan profit melalui total aset yang telah dimiliki oleh perusahaan (Siregar dan Utama, 2020). (ii) *Return On Equity*, merupakan rasio yang dipakai dalam melihat besarnya laba bersih setelah pajak dengan modalnya sendiri. Rasio ini lebih mengutamakan efisiensi modalnya sendiri (Siregar dan Utama, 2020). (iii) *Profit Margin On Sales* merupakan rasio yang dipakai dalam melihat seberapa besarkah laba yang dihasilkan dari penjualan. Berikut ini rasio yang dipakai untuk mengukur hasil profit margin.

Leverage

Menurut (Djumenah & Yuniarwati, 2017) leverage ialah kegiatan perusahaan dalam melakukan pendanaannya. Menurut Setyoningrum, (2019) bahwa *leverage* yaitu jumlah utang yang dimiliki perusahaan bisa menunjukkan besarnya aset yang dibiayai oleh hutang. Timbulnya *leverage* apabila suatu perusahaan itu membiayai aset dengan dana pinjaman yang mempunyai beban bunga. Tingginya rasio leverage suatu perusahaan terindikasi bahwa perusahaan banyak melakukan pinjaman eksternal (utang). Pun sebaliknya, semakin rendahnya tingkat *leverage* suatu perusahaan, bisa diperkirakan bahwa perusahaan tersebut membiayai asetnya dengan modal sendiri.

Ramadani dan Hartiyah (2020) berpendapat bahwa pemakaian hutang berdampak pada munculnya biaya tetap yaitu besarnya biaya bunga yang akan dibayarkan. Biaya yang dikeluarkan atas kewajiban beban bunga atas hutang mampu dijadikan untuk biaya pengurang ketika menentukan pendapatan kena pajak. Perusahaan mempunyai nilai effective tax rate (ETR) yang lebih kecil dibanding tarif penentuan pajak. Sehingga bermanfaat untuk memperkecil kewajiban pembiayaan pajak perusahaan. Beban bunga atas hutang baik yang telah dibayarkan ataupun yang belum dibayarkan saat jatuh tempo merupakan biaya yang mampu dijadikan pengurang dari penghasilan. Oleh karena itu, perusahaan memanfaatkan hutang untuk kegiatan pembiayaan. Besarnya leverage mencerminkan kondisi risiko pada keuangan perusahaan dan mencerminkan proporsi total hutang terhadap total aset pada perusahaan dimanfaatkan agar tetap mengetahui keputusan pendanaan yang diterapkan perusahaan. Seorang manajer diharuskan mempunyai keputusan yang sesuai ketika memutuskan penyusunan pendanaan perusahaan yang bersumber luar yaitu hutang guna tidak berdampak pada risiko kerugian yang diakibatkan oleh hutang (Muliasari dan Hidayat, 2020).

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang sudah penulis rangkum bisa dipakai untuk memperkuat landasan teori dan digunakan sebagai bahan perbandingan dan pedoman dalam penelitian yang akan dilakukan. Berikut tabel rangkumannya :

Tabel 2 Penelitian Terdahulu

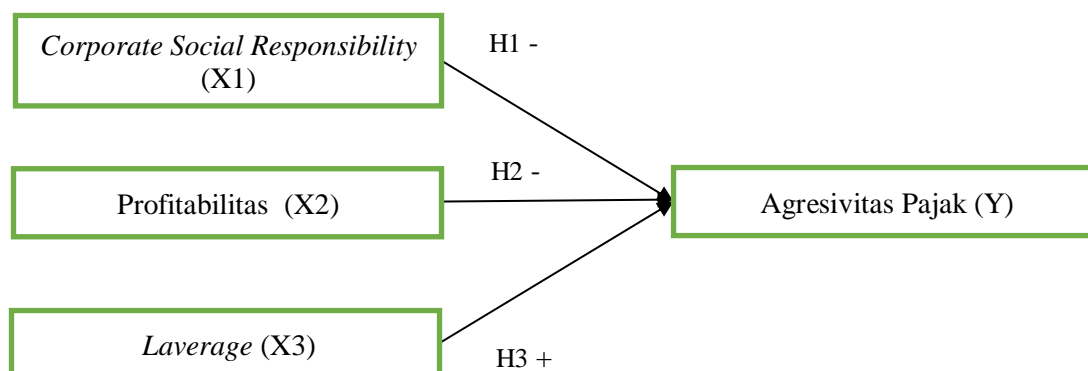
No	Nama Penulis & Tahun	Variabel	Alat Analisis	Hasil penelitian
1.	Putri Rukmana <i>et.al</i> (2023)	Variabel Independen : - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Agresivitas Pajak	SPSS	Profitailitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, namun <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak
2.	Alfin Irsyad <i>et.al</i> (2023)	Variabel Independen : - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Agresivitas Pajak	SPSS	Profitailitas dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak, namun <i>leverage</i> dan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak
3	Romasi dan Cindy (2023)	Variabel Independen : - Profitabilitas - <i>Leverage</i> - <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen :	SPSS	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak, namun profitabilitas tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

		Agresivitas Pajak		
4	Vanessa Saputra (2022)	Variabel Independen : - Profitabilitas - Leverage - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : Agresivitas Pajak	SPSS	Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, leverage dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
5	Walidayni dan Fidiana (2022)	Variabel Independen : - Profitabilitas - Leverage - Ukuran Perusahaan - <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen : Agresivitas Pajak	SPSS	Profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Leverage, ukuran perusahaan dan <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
6.	Annisa dan Rahmawati (2021)	Variabel Independen : - Profitabilitas - Leverage - Ukuran Perusahaan - Likuiditas Variabel Dependen : Agresivitas Pajak	SPSS	Profitabilitas, leverage dan likuiditas berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
7	V. Stawati (2020)	Variabel Independen : - Profitabilitas - Leverage - <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen : Agresivitas Pajak		Profitabilitas, leverage dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap agresivitas pajak
8	Sari Chiesa D., 2020	Variabel Independen : - Likuiditas - Leverage - Ukuran Perusahaan - Komisaris Independen Variabel Dependen : Agresivitas Pajak	SPSS	Likuiditas berpengaruh positif terhadap agresivitas perusahaan. Ukuran perusahaan dan komisaris independen berpengaruh negatif, Leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
9	Leksono Wahyu, 2019	Variabel Independen : - Ukuran Perusahaan - Profitabilitas - Leverage Variabel Dependen : Agresivitas Pajak	SPSS	Ukuran Perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap agresivitas pajak, leverage tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.
10	Mahfludoh et.al, 2018	Variabel Independen : - Corporate Social Responsibility Variabel Control : - <i>Leverage</i> - <i>Likuiditas</i> - <i>Profitabilitas</i> - Ukuran perusahaan - Intensitas modal - Intensitas persediaan Variabel Dependen : Agresivitas Pajak	SPSS	CSR tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak. Likuiditas, ukuran perusahaan, intensitas persediaan berpengaruh terhadap agresivitas pajak. <i>Leverage</i> , <i>profitabilitas</i> dan intensitas modal tidak berpengaruh terhadap agresivitas pajak.

Sumber : Penelitian Terdahulu Tahun 2018-2023

2.3. Kerangka Konseptual

Variabel dependen penelitian ini adalah Agresivitas Pajak. Menurut (Stawati, 2020) Agresivitas Pajak yaitu suatu usaha perusahaan dengan tujuan meminimalkan pembayaran pajak, dengan cara menggunakan perencanaan aktivitas pajak agresif dan penghindaran pajak. Terdapat banyak faktor independen yang memengaruhi agresivitas pajak diantaranya *corporate social responsibility*, profitabilitas dan *leverage*. Berikut gambar dari kerangka pemikiran yang sudah dijelaskan diatas :



Gambar 1 Kerangka Konseptual

2.4. Hipotesis Penelitian

Indrianto & Supomo (2016), mengatakan Hipotesis adalah hubungan logis antara dua variabel atau lebih dalam rumus proporsional, dan kemudian diuji secara empiris. Dalam penelitian kuantitatif, pengembangan hipotesis bermula dari penelitian teoritis dan dapat digunakan sebagai jawaban sementara atas pertanyaan. Berikut dibawah ini hipotesis dalam penelitian ini ialah :

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Agresivitas Pajak

CSR merupakan salah satu cara tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh setiap perusahaan kepada masyarakat. CSR dan pajak merupakan sama-sama tanggung jawab sosial yang perlu dipenuhi oleh setiap perusahaan. Namun didalam CSR pemberian dana sosial diberikan langsung kepada masyarakat, sedangkan pajak harus melalui perantara pemerintah, yang kemudian akan disalurkan untuk kesejahteraan masyarakat. Pentingnya CSR harusnya dapat menyadarkan perusahaan bahwa kewajiban membayar pajak juga penting untuk masyarakat umum (Setyoningrum, 2019). Kinerja perusahaan berkaitan erat dengan masyarakat dan lingkungan, maka perusahaan akan selalu berusaha berinteraksi secara baik dengan lingkungan sekitar. Dengan dilaksanakannya kegiatan-kegiatan social merupakan bentuk pertanggungjawaban social kepada masyarakat dilingkungannya (Rengganis & Dwija Putri, 2018). Selain untuk mensejahterakan masyarakat, adanya CSR juga untuk menjaga citra baik perusahaan dilingkungan sekitar. Beban pajak yang ditanggung perusahaan berkaitan dengan perlakuan Pajak Penghasilan atas pengeluaran yang dikeluarkan. Segala yang berkaitan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah diatur pada UU no. 36 Tahun 2008. Adanya Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat digunakan untuk memakmurkan masyarakat juga menjaga citra baik perusahaan. Akan tetapi, perusahaan

menganggap hal tersebut sebagai beban maka dilakukan tindak meminimalkan pajak melalui agresivitas pajak (R. Putri et al., 2018).

Dan pada teori legitimasi perusahaan ditegaskan harus berjalan dalam norma yang ada didalam masyarakat dan ditempat perusahaan itu berdiri, sehingga aktivitas dan kinerjanya bisa diterima masyarakat. CSR merupakan salah satu bentuk cara memperoleh pengakuan dari masyarakat. Maka teori legitimasi ini yang kemudian mendasari hubungan pengungkapan CSR dengan agresivitas pajak. Penelitian dari Gunawan (2017), bahwa dengan penyajian laporan kegiatan CSR dan memiliki laba positif, menunjukkan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR cenderung lebih agresif terhadap pajak, dilihat dari nilai ETR yang lebih rendah (Setyoningrum, 2019). Semakin banyak kegiatan CSR dapat menjadi pengalih perhatian masyarakat atas tindakan agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan. Aktivitas CSR yang beragam akan berdampak pada pemberian citra positif dari stakeholder, sehingga tujuan perusahaan berupa *going concern* dapat terlaksana dan meminimalisasi beban pajaknya.

H₁ : Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Agresivitas Pajak

Profitabilitas ialah alat guna mengukur suatu kinerja perusahaan pada pengefektifan kekayaan yang dipegang perusahaan yang dilihat lewat keuntungan. Profitabilitas merupakan suatu alat ukur kinerja perusahaan pada menghasilkan keuntungan yang berkaitan pada penjualan, total aktiva atau modal individu (Napitupulu et al., 2020). Tingginya jumlah profitabilitas mampu menggambarkan seberapa efektifitas yang dibuat oleh perusahaan, bertambah besarnya keuntungan maka akan bertambah besarnya biaya pajak yang nantinya disetorkan oleh perusahaan kepada negeri. Maka diperkirakan adanya cara dilakukannya agresivitas pajak.

Berdasarkan Dengan nilai profitabilitas yang tinggi maka dapat menggambarkan efisiensi yang dilakukan oleh perusahaan, semakin tinggi laba maka semakin tinggi biaya pajak yang harus dibayar oleh perusahaan kepada negara. Pemerintah merupakan salah satu stakeholder perusahaan, berdasarkan teori stakeholder maka perusahaan dengan profitabilitas tinggi dapat memenuhi kebutuhan pemerintah yaitu pajak. Hal ini sejalan dengan penelitian Valentinus (2015) yang menyebutkan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi menaati pembayaran pajak. Kegiatan tersebut mengakibatkan adanya praktik agresivitas pajak yang tinggi dengan indikasi nilai ETR nya rendah. Pernyataan di atas didukung dengan kajian ilmiah yang dituliskan V. Stawati (2020), Sulaeman (2021) dan Putri Rukmana *et.al* (2023). Didalam penelitian ini tertulis bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.

H₂ : Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

Pengaruh Leverage terhadap Agresivitas Pajak

Leverage adalah rasio yang menunjukkan penggunaan dana perusahaan yang didanai oleh hutang. Menurut Nugraha (2015) mendefinisikan *leverage* sebagai penggunaan asset yang berkewajiban membayar biaya tetap. Menurut (Setyoningrum, 2019) leverage menunjukkan kegiatan perusahaan dalam melakukan pendanaannya. Sistem pendanaan pada suatu perusahaan dapat mengakibatkan konflik kepentingan antara principal dan agent. Timbulnya *leverage* apabila perusahaan melakukan pinjaman yang menyebabkan timbulnya beban bunga untuk membiayai asset. Tingkat *leverage* menunjukkan kondisi finansial perusahaan, semakin tinggi nilai *leverage* menunjukkan perusahaan bergantung pada hutang, nilai *leverage* rendah menunjukkan bahwa asset perusahaan dibiayai oleh modalnya sendiri.

Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan perusahaan semakin banyak melakukan pinjaman dan berdampak pada timbulnya beban bunga yang semakin besar (Idrajati et.al, 2017).

Pada teori stakeholder yang mengungkapkan jika perusahaan juga mempunyai tanggung jawab terhadap stakeholdernya, namun beberapa perusahaan akan lebih mementingkan stakeholdernya yang memiliki kekuasaan besar atas ketersediaan pendanaan yang digunakan untuk aktivitasnya. Berdasarkan pernyataan tersebut perusahaan tidak boleh beroperasi hanya untuk kepentingan pribadi, kan tetapi wajib memberikan manfaat kepada pemilik perusahaannya seperti stakeholder, pemasok, peminjam, konsumen, pemerintah dan pihak lainnya. Teori stakeholder lah yang mendasari hubungan leverage pada agresivitas pajak. Tingkat *leverage* yang tinggi pada perusahaan juga mengakibatkan tingginya tingkat agresivitas suatu perusahaan. Rendahnya agresivitas suatu perusahaan dilihat dari tingkat *leverage* yang rendah (Purwanto et al., 2016). Hal ini disebabkan karena semakin tinggi hutang, semakin tinggi pula beban bunganya. Hal tersebut dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mengurangi beban pajaknya. Sesuai dengan peraturan perpajakan Pasal 6 Ayat 1 huruf angka 3 UU nomor 36 tahun 2008, bunga merupakan biaya yang boleh dikurangkan terhadap penghasilan kena pajak sehingga akan mengurangi beban pajak yang dibayarnya. Pada akhirnya, peraturan tersebut merupakan kesempatan perusahaan untuk memperbanyak hutang demi menghemat pajak yang dikeluarkan. Menurut hasil penelitian dari R. Putri et al (2018), Hidayat dan Fitria (2018), Proboningrum (2017) dan Nugraha (2015) *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

H3 : Leverage berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak.

3. Metode Penelitian

3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri dari objek / tema dengan jumlah dan karakteristik tertentu, yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2021). Populasi penelitian ini adalah perusahaan sektor *energy* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 – 2022.

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel didefinisikan sebagai salah satu populasi, yang terdiri dari beberapa anggota populasi yang dipilih. Sampel yang digunakan peneliti adalah dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan memakai kriteria-kriteria yang sudah ditentukan (Winarsih dkk., 2019). Kriteria yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sektor *energy* yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2018-2022;
2. Perusahaan mempublikasikan annual report dan laporn keuangan yang berakhir tanggal 31 Desember 2018-2022;
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian pada periode 2018-2022;
4. Perusahaan mengungkapkan *corporate social responsibility* selama tahun penelitian periode 2018-2022
5. Menyediakan data informasi lengkap yang dibutuhkan dalam sampel penelitian pada periode 2018-2022;

3.2 Variabel Penelitian

Definisi variabel penelitian yaitu atribut yang dipakai oleh peneliti untuk dijadikan sebagai objek atau kegiatan untuk dipelajari dan mendapatkan informasi yang dapat dijadikan kesimpulan (Sugiyono, 2021). Variabel yang dipakai pada penelitian ini diantaranya :

Variabel Dependen

Variabel dependen atau terikat yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2021). Variabel dependen pada penelitian ini yaitu agresivitas pajak (Y).

Agresivitas pajak (Y)

Agresivitas pajak sebagai pengaturan atau rencana yang digunakan dengan fungsi utamanya adalah menghindari pajak. Dengan begitu perusahaan akan memiliki pendapatan yang lebih namun dengan agresivitas pajak yang dilakukan oleh perusahaan tersebut mengakibatkan penurunan dalam pendapatan pajak yang diterima oleh negara (Savitri & Rahmawati, 2017). Agresivitas pajak yaitu aktivitas spesifik yang berkaitan dengan transaksi dengan tujuan menurunkan beban pajak saat ini perusahaan. *Effective Tax Rate* (ETR) yaitu proksi yang digunakan untuk mengukur agresivitas pajak. Menurut Setyoningrum (2019) ETR merupakan proksi umum yang dipakai dalam mengukur agresivitas pajak. Nilai ETR yang rendah merupakan salah satu indikator dalam mengetahui adanya agresivitas pajak perusahaan. ETR dihitung menggunakan selisih antara pengeluaran pajak penghasilan dan laba sebelum pajak, yang dihasilkan dari laporan laba rugi perusahaan untuk tahun tersebut. Pada penelitian ini diukur dengan skala nominal antara 0-1, dimana semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin tinggi tingkat agresivitas pajaknya, sementara semakin tinggi nilai ETR (mendekati 1) maka perusahaan dianggap semakin rendah tingkat agresivitas pajaknya (Indradi, 2018). Pengukuran agresivitas pajak dalam penelitian ini diukur dengan rumus sebagai berikut (Setyoningrum, 2019) :

$$ETR = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Laba sebelum pajak}} \quad (1)$$

Variabel Independen

Variabel independen atau variabel bebas yaitu variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini diantaranya *corporate social responsibility* (X1), Profitabilitas (X2) dan *Leverage* (X3)

Corporate Social Responsibility (X1)

Adanya CSR bertujuan menjalin hubungan baik dengan masyarakat dan untuk menunjukkan kepedulian serta tanggungjawab terhadap lingkungan sesuai dengan nilai dan norma yang berlaku (Setyoningrum, 2019). Proksi yang digunakan untuk mengukur CSR yaitu memakai *check list* yang mengarah pada indikator pengungkapan, GRI-G4 merupakan indikator yang sudah umum digunakan diberbagai negara (Setyoningrum, 2019).

$$CSRI_i = \frac{\sum X_{yi}}{n_i} \quad (2)$$

Profitabilitas (X1)

Menggunakan ROA sebagai metode untuk mengukur rasio profitabilitas, maka semakin besar keuntungan yang didapat bisa menjadi pemicu meningkatnya profitabilitas perusahaan naik sehingga menggunakan beban penyusutan serta amortisasi agar terlihat seperti melakukan tindakan mengurangi pajak seperti agresivitas pajak. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ramadani dan Hartiyah (2020) bahwa profitabilitas dapat di hitung menggunakan rasio *retrun on assets* yaitu dengan rumus sebagai berikut

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \quad (3)$$

Leverage (X2)

Menurut Jumangin (2019) *Leverage* dipakai untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya (hutang). Dilakukannya pengujian ini, supaya perusahaan dapat memberikan keputusan pendanaan. Berdasarkan Setyoningrum (2019) bahwa leverage dapat dihitung dengan cara :

$$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Aset}} \quad (4)$$

3.3 Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan untuk mengolah data dalam penelitian ialah *software* SPSS versi 24. Pengujian data kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif dan asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas. Selanjutnya menggunakan analisis regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t, dan analisis *goodness of fit model* yaitu uji koefisien determinasi multiple (R^2).

Statistik Deskriptif

Tujuan dilakukannya pengujian ini agar memperoleh informasi mengenai karakteristik variabel dengan menggunakan ukuran mean, standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, *kurtosis*, dan *skweness* (Ghazali, 2018). Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk memberi gambaran terkait distribusi dan perilaku data sampel penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Dilakukannya uji ini guna mengetahui apakah data yang dipakai layak untuk dianalisis, karena tidak semua data dapat dianalisis dengan regresi. Uji ini bertujuan untuk mengetahui bahwasannya didalam model regresi tidak ada multikolinearitas, heterokedastisitas, autokorelasi, dan memastikan data terdistribusi secara normal (Ghazali, 2018).

Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai guna memberikan informasi apakah data terdistribusi secara normal. Uji normalitas memakai Kolmogorof-Smirnov Test. Dimana angka signifikansi $> 5\%$ yang berarti terdistribusi dengan normal (Ghazali, 2018). Cara menguji distribusi data bisa dengan analisis grafik dan uji statistic, dilihat dari penyebarab grafiknya pada sumbu Y atau dengan melihat histogram residualnya. Menurut (Ghazali, 2018) pengambilan keputusan distribusi data dapat dilihat dari : Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) $< 0,05$ maka H_0 ditolak maka data residual terdistribusi tidak normal. Jika nilai Asymp. Sig (2-tailed) $\geq 0,05$ maka H_0 diterima, terdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan guna memberi informasi apakah dalam menggunakan penelitian diindikasikan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghazali, 2018). Agar terciptanya model regresi, antar variabel independen tidak boleh terdapat multikolinieritas karena multikolinieritas dapat menyebabkan bias pada proses pengambilan kesimpulan mengenai pengaruh variabel bebas dan terikat. Cara yang digunakan untuk uji multikolinieritas yaitu apabila $0,1 \geq VIF \geq 10$.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan guna mencari informasi apakah terdapat ketidaksamaan variansi dan residual dari satu pengamatan lainnya. Dikatakan heterokedastisitas jika variansi dan residual tidak sama dan dikatakan homoskedastisitas

apabila varians dan residual nilainya sama (Ghazali, 2018). Dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel independen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) adalah cara uji heterokedastisitas dan dengan uji gletjer.

Uji Autokorelasi

Tujuan diadakannya pengujian ini guna mendiskripsikan apakah terdapat hubungan hubungan linier antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya), masalah autokorelasi sering terjadi pada data yang *time series* (Ghazali, 2016). Peneliti memakai uji Durbin Watson untuk menguji adanya autokorelasi. Apabila $d < dl$ atau $(4-dl)$ berarti terdapat autokorelasi. Apabila d berada diantara du dan $(4-du)$ artinya tidak terdapat korelasi. Apabila d berada diantara dl dan du atau diantara $(4-du)$ dan $(4-dl)$ artinya tidak menunjukkan kesimpulan yang jelas.

Uji Regresi Linier Berganda

Dilakukannya analisis ini untuk menguji pengaruh variabel dependen dan independen. Model regresi menggambarkan antara variabel dependen dengan variabel independen (Ghazali, 2018). Konsep yang dipakai :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Agresivitas Pajak
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi X1, X2, X3
- X1 = *Corporate Social Responsibility*
- X2 = Profitabilitas
- X3 = *Leverage*
- e = *Error* / Kesalahan regresi

Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya bertujuan untuk menentukan apakah variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependennya (Ghazali, 2018). Kriteria yang dipakai pada uji f ini yaitu apabila nilai sig. pada uji f $> 0,05$ variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependennya. Namun, jika nilai sig. nya $< 0,05$ dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Uji F dapat dilihat melalui tabel Anova pdan pada kolom Sig. Nilai sig inilah yang akan digunakan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t didefinisikan sebagai alat uji yang menunjukkan sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen pada saat memberikan pengaruh kepada variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria pengujian pada uji t yaitu jika nilai signifikansi < 0.05 maka bisa dinyatakan secara parsial variabel independen memiliki pengaruh pada variabel dependen. Sebaliknya jika nilai signifikansi > 0.05 maka dapat dijelaskan secara parsial variabel independen tidak memiliki pengaruh pada variabel dependen (Rafli dan Ananda, 2020).

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Guna menjelaskan variabel-variabel terkait, peneliti menggunakan Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan dalam menjelaskan variabel dependen. Semakin kecil R^2 menandakan kemampuan variabel independennya dalam menjelaskan variabel-variabel dependennya sangatlah terbatas (Ghazali, 2018). Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai satu ($0 < R^2 < 1$). Jika $R^2 = 0$ dapat dikatakan bahwa tidak terdapat

hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Jika R^2 nya bernilai 1 maka terdapat hubungan yang sempurna antara kedua variabel.