

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Grand Theory

2.1.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan diperkenalkan oleh Jensen dan Meckling (1976) dalam (Simorangkir et al., 2018), teori ini menjelaskan hubungan antara pemilik dan pemegang saham (*principal*) dengan manajer (*agent*). Hubungan keagenan ini muncul ketika satu atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk menyediakan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan otoritas pengambilan keputusan agen tersebut. Teori keagenan menggambarkan perusahaan sebagai titik pertemuan antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan manajemen (*agent*). *Agent* berkewajiban untuk mengelola perusahaan sebaik-baiknya karena memiliki tanggung jawab yang berat, *agent* mengharuskan *principal* untuk mendapatkan imbalan yang sesuai dengan permintaan *agent*. Hal ini dapat menyajikan asimetri informasi yang menghasilkan *agency problem* (Rosalia, 2017).

Teori keagenan selanjutnya dikembangkan oleh La Porta, Lopez De Silanes & Shlefer (1999) dalam (Alkausar et al., 2020) membahas mengenai hubungan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Adanya kepemilikan mayoritas akan menghadirkan kemungkinan konflik kepentingan antara pemegang saham mayoritas dan minoritas. Konflik ini dapat dilihat dalam kerangka masalah agensi. Sebagai *principal* dalam kasus ini yaitu pemegang saham mayoritas dan minoritas yang ikut mengelola perusahaan bertindak sebagai agen. Teori keagenan

menunjukkan pihak yang terutama akan menentukan keputusan dalam pengendalian manajemen perusahaan. (Azwari, 2016).

Yang terakhir yaitu teori keagenan yang dikembangkan oleh Armour, Hanssman & Kraakman (2009) dalam (Alkausar et al., 2020) membahas terkait hubungan dengan pihak ketiga, misalnya hubungan antara fiskus dan perusahaan. Fiskus berharap adanya pemasukan sebesar-besarnya dari pemungutan pajak, sementara manajemen berkeyakinan bahwa perusahaan harus menghasilkan laba yang signifikan dengan beban pajak yang rendah. Dua sudut pandang yang berbeda ini menyebabkan konflik antara fiskus sebagai pemungut pajak dengan pihak manajemen perusahaan sebagai wajib pajak. Dalam sistem *self assessment*, wajib pajak berperan sebagai agen pelaksana kewajiban perpajakan. Adapun fiskus bertindak sebagai prinsipal dalam hubungan keagenan tersebut. Dalam usaha melindungi kepentingannya, wajib pajak (*agent*) akan mengupayakan berbagai usaha dengan tujuan meminimalkan beban pajak. Upaya dapat dicapai dengan cara legal maupun illegal (Frank et al : 2009) dalam (Simorangkir et al., 2018). Upaya tersebut adalah tindakan yang dilakukan dengan sengaja atau merupakan tindakan agresivitas. Penelitian ini bertujuan mengkaji apa saja faktor yang membuat wajib pajak melakukan agresivitas pajak saat menjalankan perannya sebagai *agent* dalam sistem *self assessment*.

2.1.2. Teori Legitimasi

Legitimasi yang berasal dari masyarakat adalah salah satu faktor penting yang perlu dijalankan oleh perusahaan atau entitas organisasi untuk dapat

beroperasi, bertahan, bahkan mampu mengembangkan perusahaan atau entitas tersebut di masa depan (Hadi, 2011:87) dalam (Simorangkir et al., 2018). Menurut Suchman (1995) dalam (Simorangkir et al., 2018) legitimasi adalah asumsi atau persepsi dimana setiap kegiatan atau tindakan perusahaan atau entitas telah sesuai dengan nilai, norma, harapan, dan kepercayaan masyarakat sosial.

Teori legitimasi adalah teori yang banyak digunakan untuk memperluas teori pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (Rustiarini, 2011) dalam (Rengganis & Dwija Putri, 2018). Legitimasi sosial sangat diinginkan sebuah perusahaan karena ketika memperolehnya maka perusahaan dapat meningkatkan kekuatan keuangannya secara maksimal untuk jangka waktu panjang melalui respon positif yang diterima perusahaan dari masyarakat dan pelaku pasar saham. Dasar teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat tempat perusahaan beroperasi. Ketika tidak terdapat keharmonisan antara kedua sistem, ancaman akan muncul untuk legitimasi perusahaan.

2.2. Variabel Penelitian

2.2.1. Agresivitas Pajak

Berdasarkan UU Nomor 16 Tahun 2009 tentang ketentuan umum dan prosedur umum perpajakan menyebutkan bahwa pajak adalah 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. Pajak adalah biaya yang signifikan bagi perusahaan yang dikenakan pada pendapatan yang diperoleh perusahaan, yang akan mengurangi laba bersih yang diterima oleh perusahaan dan pemegang saham (Chen et al, 2010) dalam (Simorangkir et al., 2018).

Upaya pemerintah untuk meningkatkan penerimaan dari sektor pajak ini mengalami beberapa kendala. Salah satunya adalah dari pemilik usaha (badan) yang berupaya mengurangi biaya-biaya usaha, termasuk beban pajak dengan berbagai cara. Tindakan yang dilakukan perusahaan yang berupaya untuk mengurangi beban pajak yang ditanggung disebut sebagai tindakan agresivitas pajak.

Perusahaan diduga melakukan tindakan untuk mengurangi pajak terutang dengan meminimalisasi penghasilan kena pajak perusahaan. Tindakan perusahaan dalam mengurangi beban pajaknya merupakan upaya untuk menghindari pajak. Hlaing (2012) dalam (Media et al., 2019) mendefinisikan agresivitas pajak sebagai aktivitas perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam upaya mengurangi tingkat pajak yang efektif.

Manajemen selaku pembuat keputusan akan mempertimbangkan manfaat dan kerugian yang akan disebabkan akibat dari tindakan pajak agresif. Manfaat dari tindakan agresivitas pajak yaitu : (1) keuntungan seperti besarnya penghematan pajak yang diperoleh, yang kemudian akan meningkatkan kas yang akan diperoleh atau diterima oleh pemegang saham; (2) manajemen mendapatkan kompensasi dari pemegang saham sebagai imbalan atas penghematan pajak yang diperoleh dari perilaku agresif pajak; (3) manajemen

memiliki kesempatan untuk melakukan *rent extraction*, tindakan dimana manajemen berperilaku *opportunistic* dan tidak memaksimalkan kepentingan pemegang saham (Chen et al, 2010) dalam (Simorangkir et al., 2018).

Menurut Frank, et al. (2009) dalam (Simorangkir et al., 2018), agresivitas pajak perusahaan merupakan suatu tindakan merekayasa pendapatan kena pajak yang dilakukan perusahaan melalui tindakan perencanaan pajak, baik menggunakan langkah-langkah yang tergolong secara legal (*tax avoidance*) atau ilegal (*tax evasion*).

Jacob (2014) dalam (Putri & Putra, 2017) menjelaskan bahwa *tax avoidance* sebagai suatu tindakan untuk mengurangi atau meminimalkan kewajiban pajak dengan mengatur untuk mengambil keuntungan yang berasal dari celah-celah dalam ketentuan pajak. Dalam praktik *tax avoidance* yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dilakukan untuk meminimalkan kewajiban pajak yang dianggap legal, yang membuat perusahaan memiliki kecenderungan untuk melaksanakan beberapa cara untuk mengurangi beban pajaknya. Oleh karena itu masalah *tax avoidance* merupakan persoalan yang rumit, karena di satu sisi hal ini tidak melanggar hukum, tetapi disisi lain pemerintah tidak menginginkan dilakukannya *tax avoidance* atau agresivitas pajak yang dilakukan secara legal.

2.2.2. Corporate Social Responsibility

Konsep *Corporate Social Responsibility* mengandung makna bahwa perusahaan bukan merupakan entitas yang beroperasi hanya untuk kepentingan perusahaan itu sendiri, tetapi di sisi lain perusahaan juga harus memberikan

kontribusi dan harus dapat beradaptasi dengan lingkungan serta masyarakat dimana perusahaan melakukan operasi bisnisnya (Rusdianto, 2013: 7) dalam (Simorangkir et al., 2018). Totok Mardikanto (2018) dalam (Romadhina, 2020) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* sebagai kewajiban seorang pengusaha untuk merumuskan kebijakan, memberi keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan sesuai dengan tujuan dan nilai masyarakat.

Caroll (1979) dalam (Simorangkir et al., 2018) menyebutkan perusahaan dengan *corporate social responsibility* yang baik, selain harus dapat memperoleh keuntungan maka perusahaan juga harus patuh terhadap hukum, melakukan tindakan-tindakan etis dan menjadi warga negara yang baik melalui mendukung aktivitas-aktivitas sosial secara finansial.

Selaras dengan pandangan bisnis yang dikenal sebagai *triple bottom lines*, dimana dunia bisnis diharuskan untuk dapat menyelaraskan pencapaian kinerja ekonomi (*profit*) dengan kinerja sosial (*people*) dan kinerja lingkungan (*planet*) (Rusdianto, 2013:8) dalam (Simorangkir et al., 2018). Untuk dapat berinteraksi dengan masyarakat, maka perusahaan melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai sarana untuk mempengaruhi persepsi masyarakat sosial.

Melalui pengungkapannya, ditemukan sejauh mana kegiatan *corporate social responsibility* perusahaan yang telah dilakukan. Di Indonesia, hingga saat ini belum terdapat standar khusus yang mengatur tentang pengungkapan *corporate social responsibility*.

2.2.3. Komisaris Independen

Dewan komisaris merupakan bagian perusahaan yang memiliki tujuan sebagai pengawas serta memiliki tugas dan wewenang yang bertanggung jawab sekaligus memberikan nasihat kepada direksi. Dewan komisaris secara kolektif bertanggung jawab untuk menjalankan tugasnya dalam mengawasi serta memberikan saran dan memastikan secara pasti bahwa perusahaan telah menerapkan *corporate governance* dengan baik dan benar (KNKG, 2006) dalam (Simorangkir et al., 2018).

Komisaris independen adalah bagian dari dewan komisaris, dimana berdasarkan pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang ditunjuk berdasarkan keputusan RUPS (Rapat Umum Pemegang Saham) dari pihak yang tidak memiliki afiliasi dengan pemegang saham utama, anggota direksi dan atau anggota dewan komisaris lainnya. Kuriawan (2012) dalam (Romadhina, 2020) mendefinisikan komisaris independen adalah bentuk suatu badan dalam perusahaan biasanya terdiri dari dewan komisaris independen dari luar perusahaan. Bertujuan menyeimbangkan untuk mengambil keputusan terutama melindungi pemegang saham minoritas dan pihak terkait lainnya.

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang tidak memiliki hubungan keuangan, kepengurusan, kepemilikan saham dan/atau hubungan keluarga dengan anggota dewan komisaris lainnya, direksi dan/atau pemegang saham pengendali atau hubungan lain yang dapat mempengaruhi

kemampuannya dalam bertindak independen. Komisaris independen memiliki peranan penting dalam memonitor perusahaan (FCGI, 2002).

2.2.4. *Leverage*

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik dalam jangka pendek maupun jangka Panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang (Wiagustini, 2014:85) dalam (Windaswari, Kadek Ayu ; Merkusiwati, 2018). Para pemangku kepentingan adalah pihak-pihak yang berkepentingan baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap eksistensi atau kegiatan perusahaan (Siregar dan Dini, 2016).

Perusahaan yang menggunakan *leverage* dalam operasionalnya akan berusaha untuk mempertahankan labanya demi keberlangsungan dengan pihak kreditur yang juga salah satunya mewakili stakeholder. Perusahaan yang tingkat *leveragenya* tinggi maka terikat dengan kepentingan kreditur untuk tetap mempertahankan laba perusahaan dengan kondisi stabil sehingga tidak agresif dalam hal perpajakan. Jika, perusahaan berupaya untuk meningkatkan laba, maka beban pajak yang dibayarkan juga akan meningkat (Adisamartha dan Naniek, 2015).

Gemilang (2017) *debt covenant* menjelaskan semakin tinggi hubungan perusahaan dengan kreditur akan membuat suatu perusahaan berupaya mempertahankan laba periode saat ini untuk tetap stabil agar menjaga stabilitas kinerja perusahaan yang terlihat melalui laba, semakin tingginya kepentingan perusahaan dengan kreditur maka kreditur akan mengawasi perusahaan demi kelangsungan pinjaman eksternal. Meskipun memiliki *leverage* tinggi dan laba

tetap stabil, perusahaan juga mengalami peningkatan penjualan saham. Hal ini mungkin saja terjadi karena bunga atas utang adalah beban tetap yang akan mengurangi pendapatan kena pajak perusahaan.

2.3. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan mengenai hubungan *Corporate Social Responsibility*, Komisaris Independen, dan *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak :

1. Penelitian tentang pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap agresivitas pajak

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh (Media et al., 2019) menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif dalam kegiatan sosial dan memiliki kepedulian yang tinggi mengenai lingkungan dan masyarakat maka cenderung tidak melakukan tindakan agresivitas pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Romadhina, 2020), yang menemukan bahwa kegiatan *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi agresivitas pajak perusahaan.

Tabel 2.1

Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas Pajak

No	Peneliti dan Tahun	Hasil Penelitian
1.	Romadhina, (2020)	<i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap Agresivitas Pajak.
2.	Media et al., (2019)	<i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Negatif terhadap Agresivitas Pajak.

3.	Simorangkir et al., (2018)	<i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Negatif terhadap Agresivitas Pajak.
4.	Rengganis & Dwija Putri, (2018)	<i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Negatif terhadap Agresivitas Pajak.
5.	Suprimarini & Suprasto, (2017)	<i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Negatif terhadap Agresivitas Pajak.
6.	Davis et al., (2016)	<i>Corporate Social Responsibility</i> Berpengaruh Positif terhadap Agresivitas Pajak.

2. Penelitian tentang Komisaris Independen terhadap Agresivitas Pajak

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggun Putri Romadhina (2020) menunjukkan bahwa komisaris independen berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Simorangkir et al., 2018) yang tidak menemukan bukti terkait adanya pengaruh signifikan komisaris independen terhadap agresivitas pajak perusahaan.

Tabel 2.2

Komisaris Independen terhadap Agresivitas Pajak

No	Peneliti dan Tahun	Hasil Penelitian
1.	Romadhina, (2020)	Komisaris Independen berpengaruh positif terhadap Agresivitas Pajak.
2.	Simorangkir et al., (2018)	Komisaris Independen tidak mempengaruhi Agresivitas Pajak.

3. Penelitian tentang *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak

Penelitian yang dilakukan (Nurhandono & Firmansyah, 2017) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap agresivitas pajak. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Windaswari, Kadek Ayu; Merkusiwati, 2018), yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif pada agresivitas pajak.

Tabel 2. 3

***Leverage* terhadap Agresivitas Pajak**

No	Peneliti dan Tahun	Hasil Penelitian
1.	Windaswari, Kadek Ayu ; Merkusiwati, (2018)	<i>Leverage</i> berpengaruh Negatif terhadap Agresivitas Pajak.
2.	Nurhandono & Firmansyah, (2017)	<i>Leverage</i> berpengaruh Positif terhadap Agresivitas Pajak.

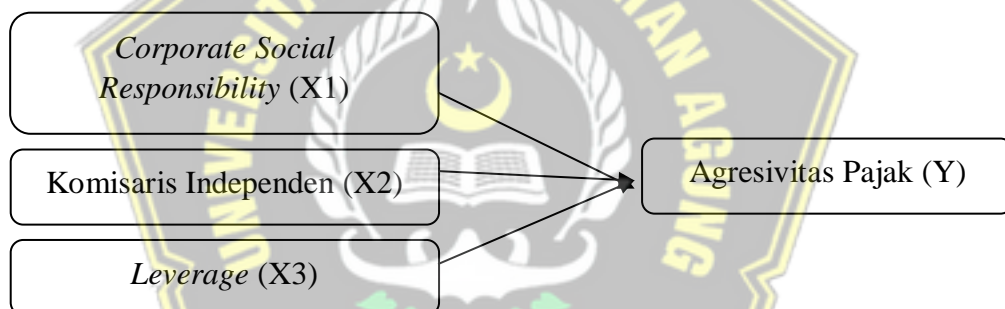
2.4. Kerangka Pemikiran dan Pengembangan Hipotesis

Secara umum banyak faktor yang dapat mempengaruhi agresivitas pajak. Beberapa diantaranya yang memiliki potensi dalam mempengaruhi agresivitas

pajak adalah *Corporate Social Responsibility*, Komisaris Independen, dan *Leverage*. Selanjutnya dalam penelitian ini akan menguji bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Komisaris Independen, dan *Leverage* terhadap Agresivitas pajak pada bank umum syariah periode 2017-2019 berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu.

2.4.1. Kerangka Pemikiran

Skema kerangka dalam penelitian ini mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Komisaris Independen, dan *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak pada bank umum syariah periode 2017-2019 adalah sebagai berikut :



Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran

Faktor yang mempengaruhi agresivitas pajak antara lain yaitu *corporate social responsibility*, komisaris independen, dan *leverage*. *Corporate social responsibility* menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat aktivitas *corporate social responsibility*, maka akan semakin rendah tindakan agresivitas pajak perusahaan, sehingga menimbulkan hubungan negatif dari agresivitas pajak.

Komisaris independen menunjukkan bahwa apabila pengawasan dari komisaris independen dapat ditingkatkan di dalam manajerial perusahaan yang

mengakibatkan kebijakan manajer dalam mengambil keputusan untuk kebijakan pajak akan lebih terbatas, sehingga akan menyebabkan hubungan positif terhadap agresivitas pajak.

Leverage adalah kemampuan perusahaan dalam melakukan pembayaran utang-utangnya, baik utang pokok maupun bunganya. Semakin tinggi *leverage* maka tindakan agresivitas pajak juga akan semakin tinggi, sehingga akan menimbulkan hubungan positif terhadap agresivitas pajak.

2.4.2. Pengembangan Hipotesis

2.4.2.1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Agresivitas Pajak

Corporate social responsibility adalah suatu usaha yang dilakukan oleh melalui bermacam-macam aktivitas sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada para *stakeholder* untuk menciptakan legitimasi dan reputasi perusahaan sehingga dapat diterima oleh masyarakat. Semakin tinggi aktivitas *Corporate Social Responsibility* maka akan semakin besar pula perusahaan dikenal oleh masyarakat. Dengan banyaknya aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan dan mendapatkan legitimasi dan reputasi oleh masyarakat maka perusahaan akan mempertimbangkan untuk melakukan aktivitas yang dapat merusak citra perusahaan seperti melakukan agresivitas pajak.

Selaras dengan teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan harus menciptakan dan mempertahankan hubungan dilingkungan sosial untuk mendapatkan reputasi dan legitimasi yang dibutuhkan perusahaan agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya selain dengan memperoleh laba. Dengan demikian, reputasi dan legitimasi tersebut harus mampu dijaga dan

dipelihara oleh perusahaan dengan tidak melakukan tindakan-tindakan yang tidak sejalan dengan nilai, norma, dan harapan masyarakat, contohnya adalah melakukan tindakan agresivitas pajak.

Dalam penelitian yang dilakukan (Simorangkir et al., 2018) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat aktivitas *corporate social responsibility*, maka akan semakin rendah tindakan agresivitas pajak perusahaan. Semakin tinggi tingkat aktivitas *corporate social responsibility* maka perusahaan tersebut akan memiliki reputasi dan legitimasi yang baik di masyarakat dan perusahaan akan lebih berhati-hati dalam melakukan kegiatan yang akan merusak citra baik dan menghilangkan legitimasi perusahaan, misalnya tindakan agresivitas pajak.

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak

2.4.2.2. Pengaruh Komisaris Independen terhadap Agresivitas Pajak

Komisaris independen adalah bagian dari dewan komisaris yang tidak memiliki afiliasi dengan pemegang saham utama, anggota direksi dan atau anggota dewan komisaris lainnya. Komisaris independen memiliki tugas dan fungsi untuk mengawasi jalannya perusahaan dengan memastikan bahwa perusahaan telah melaksanakan praktik transparansi, independensi, akuntabilitas, dan praktik keadilan sesuai dengan aturan yang berlaku. Dengan adanya pengawasan yang dilakukan komisaris independen dapat mempengaruhi agresivitas pajak. Dikarenakan, pengawasan yang dilakukan komisaris

independen dapat mengurangi kesempatan manajer untuk bertindak agresif terhadap pajak perusahaan.

Hal ini berkaitan dengan teori keagenan yang menyatakan bahwa konflik kepentingan antara agent dengan principal dapat dikurangi dengan pengawasan yang tepat. Adanya dewan komisaris yang independen akan meningkatkan kualitas fungsi pengawasan dalam perusahaan. Dengan demikian komisaris independen harus mengawasi manajemen untuk memastikan bahwa harapan pemangku kepentingan dan masyarakat harus dapat diatasi dan dipenuhi.

Penelitian yang dilakukan oleh (Romadhina, 2020) menyatakan bahwa komisaris independen memiliki pengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini dikarenakan tindakan manajer dalam mengambil keputusan untuk kebijakan pajak akan semakin terbatas apabila pengawasan dari komisaris independen dapat ditingkatkan di dalam manajerial perusahaan.

H2 : Komisaris Independen berpengaruh negatif terhadap Agresivitas Pajak.

2.4.2.3. Pengaruh *Leverage* terhadap Agresivitas Pajak

Leverage adalah kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban finansialnya baik jangka pendek maupun jangka panjang, atau mengukur sejauh mana perusahaan dibiayai dengan utang. Perusahaan dimungkinkan menggunakan utang untuk memenuhi kebutuhan operasional dan investasi perusahaan. Namun, utang akan menyebabkan adanya beban tetap (*fixed rate of return*) yang disebut dengan bunga. Semakin besar utang maka laba kena pajak akan lebih rendah karena insentif pajak atas bunga utang semakin besar. Sehingga perusahaan akan

tidak melakukan melakukan pembiayaan melalui hutang dengan bunga yang besar hanya untuk sekedar melakukan agresivitas pajak. Perusahaan yang menggunakan *leverage* tinggi dalam operasionalnya maka terikat dengan pihak kreditur untuk tetap mempertahankan laba perusahaan dalam kondisi stabil.

Berdasarkan pada teori legitimasi yang menjelaskan bahwa perusahaan harus menciptakan dan mempertahankan hubungan dilingkungan sosial untuk mendapatkan reputasi dan legitimasi yang dibutuhkan perusahaan agar mampu mempertahankan kelangsungan hidupnya. Dengan demikian, ketika perusahaan mampu mempertahankan hal itu maka para investor ataupun kreditur akan menginvestasikan modalnya pada perusahaan tersebut.

Dalam penelitian yang dilakukan (Nurhandono & Firmansyah, 2017) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kebijakan pendanaan yang menggunakan utang atau dana pihak ketiga untuk membiayai operasi perusahaan mempengaruhi indikasi tindakan agresivitas pajak yang akan dilakukan suatu perusahaan.

H3 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak