

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak perusahaan dengan *corporate social responsibility* (CSR): untuk menguji teori legitimasi. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah agresivitas pajak yang diukur menggunakan proksi *effective tax rates* sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR). Penelitian ini menggunakan lima variabel kontrol yaitu ROA, *market to book ratio*, *leverage*, *size*, intensitas modal.

Penelitian ini mereplika penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richarson (2013). Sampel penelitian ini adalah perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2014. Sampel penelitian dipilih dengan metode *pusposive sampling* dan diperoleh 440 perusahaan yang memenuhi kriteria. Uji analisis menggunakan model analisis regresi *ordinary least square*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang tinggi mengakibatkan perusahaan akan mengungkapkan CSR lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang tidak melakukan agresivitas pajak

Kata Kunci : *corporate social responsibility*, agresivitas pajak, teori legitimasi