

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh agresivitas pajak yang dilakukan perusahaan terhadap pengungkapan informasi *corporate social responsibility* (CSR). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan sampel. Sedangkan variabel independennya adalah agresivitas pajak yang diukur dengan menggunakan proksi *effective tax rates*. Penelitian ini menggunakan lima variabel kontrol yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, intensitas modal, *market to book ratio* dan *return on asset*.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia secara berturut-turut pada tahun 2014-2015. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 56 perusahaan per tahun yang memenuhi kriteria. Setelah melalui tahap pengolahan data, maka terdapat 8 data outlier yang harus dikeluarkan dari penelitian sehingga total sampel yang digunakan adalah 94 perusahaan. Penelitian ini menggunakan analisis *ordinary least square* sebagai uji analisisnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak yang tinggi cenderung untuk mengungkapkan informasi CSR yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang melakukan tindakan agresivitas pajak rendah maupun yang tidak melakukan tindakan agresivitas pajak sama sekali. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi yang digunakan dalam penelitian.

Kata kunci : *corporate social responsibility*, agresivitas pajak, teori legitimasi.