

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 satu variabel kontrol yaitu ROA.

Penelitian ini merupakan replikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Lanis dan Richardson (2013) dengan menggunakan 159 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2011-2013 sebagai sampel penelitian. Sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 53 perusahaan per tahun yang memenuhi kriteria. Data dianalisis 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 melakukan agresivitas pajak. Hal ini tidak membenarkan teori legitimasi dalam konteks agresivitas pajak.

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