ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh agresivitas pajak perusahaan dengan *corporate social resposibity* (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 Richardson (2013). Sampel penelitian ini adalah perusahaan pertambangan dan properti yang terdaftar di BEI pada tahun 2009-2012. Sampel penelitian dipilih dengan metode *purposive sampling* dan diperoleh 30 perusahaan per tahun yang memenuhi kriteria yang teridiri dari 9 perusahaan pertambangan dan 21 perusahaan properti. Total sampel dalam penelitian ini adalah 120 sampel perusahaan. Setelah melalui tahap pengolahan data terdapat 2 data outlier yang harus dikeluarkan dari sampel penelitian,sehingga jumlah sampel yang digunakan adalah 118 perusahaan. Uji analisis menggunakan model analisis regresi *ordinary least square*.

Hasil penelitian menunjukan bahwa agresivitas pajak perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan CSR. Perusahaan yang memiliki tingkat agresivitas yang rendah 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.