

ABSTRAK

Di zaman globalisasi kebutuhan setiap negara semakin beragam dan meningkat. Setiap negara berlomba untuk mensejahterakan masyarakat dan melakukan perubahan yang lebih baik dalam segala bidang. Pajak dijadikan tulang punggung pendapatan negara Indonesia. Perusahaan yang merupakan salah satu wajib pajak tidak selaras visinya dengan pemerintah. Perusahaan berusaha memperkecil pengeluaran sedangkan pemerintah berusaha membuat regulasi untuk menaikkan pemasukkan pajak.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh corporate social responsibility, ukuran perusahaan, dan intensitas persaingan terhadap agresivitas pajak. Variabel yang digunakan di dalam pengujian adalah corporate social responsibility, ukuran perusahaan, dan intensitas persaingan sebagai variabel independen, serta agresivitas pajak sebagai variabel dependen.

Penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur tahun 2017-2019 dengan total sampel sebanyak 50 sampel. Pengambilan sampel didasarkan pada metode purposive sampling yang mengikuti kriteria tertentu. Analisis regresi linear berganda adalah metode analisis yang digunakan di dalam penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak. Sedangkan ukuran perusahaan dan intensitas persaingan berpengaruh positif terhadap agresivitas pajak.

Kata kunci : *Agresivitas pajak, ukuran perusahaan, intensitas persaingan, corporate social responsibility, pajak, reputasi perusahaan.*