

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak studi pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi tahun 2016-2018. Dalam penelitian ini agresivitas pajak diukur dengan menggunakan *Effective Tax Rate* (ETR). Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* (CSR), sedangkan variabel dependennya adalah agresivitas pajak. Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dan diperoleh 72 perusahaan yang memenuhi kriteria. Uji analisis menggunakan model analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap agresivitas pajak. Tingginya tingkat pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) mengakibatkan adanya penurunan terhadap tindakan agresivitas pajak dalam suatu perusahaan.

Kata kunci : Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR), agresivitas pajak, *effective tax rate* (ETR).



ABSTRACT

This study aims to find out the effect of corporate social responsibility (CSR) on tax aggressiveness in manufacturing companies in the consumer goods industry sector in 2016-2018. In this study, tax aggressiveness is measured using the Effective Tax Rate (ETR). The independent variable used in this study is corporate social responsibility (CSR), while the dependent variable is tax aggressiveness. The sample in this study used a purposive sampling method and obtained 72 companies that fulfill the criteria. Analysis test using a simple linear regression analysis model. The results of this study indicate that the disclosure of corporate social responsibility (CSR) affects on tax aggressiveness. The high level of corporate social responsibility (CSR) disclosure results in a decrease in tax aggressiveness in a company.

Keywords: Disclosure of corporate social responsibility (CSR), tax aggressiveness, effective tax rate (ETR).

