

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR)*,  
PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN  
TERHADAP AGRESIVITAS PAJAK  
(Study pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI tahun  
2015-2017)**

ABSTRAKSI

Oleh :

Mariana Yuli Erika Sari

Dosen Pembimbing

Dra. Rachyu Purbowati, MSA

Menurut UU No. 16 Tahun 2009 Pajak adalah kontribusi wajib negara yang terutang baik oleh orang pribadi maupun badan yang mempunyai sifat memaksa berlandaskan Undang-Undang yang telah di tetapkan, dengan tidak menerimabalasan dengan langsung akan tetapi dipakaisebagai kepentingan negara demi kemakmuran rakyat. Saat ini pajak merupakan momok yang paling menakutkan bagi pengusaha-pengusaha yang tidak ingin kehilangan labanya. Sehingga banyak perusahaan yang dengan sengaja memalsukan laporan keuangan mereka dengan menggunakan rencana perpajakan yang agresif. Tindakan agresivitas pajak sendiri adalah sesuatu yang dilakukan perusahaan guna menurunkan keuntungan kena pajak dengan perencanaan pajak. Salah satu faktor yang mempengaruhi adanya agresivitas pajak yaitu *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *Corporate Sosial Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak. Data yang di gunakan adalah data sekunder dari laporan keuangan tahunan perusahaan. Populasi dan sampel pada penelitian ini yaitu perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017 dengan menggunakan metode *purposive sampling*

Hasil penelitian ini dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut variabel *Corporate Sosial Responsibility* dan Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak, sedangkan profitabilitas dan *leverage* berpengaruh signifikan terhadap agresivitas pajak

Keyword : CSR, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Agresivitas Pajak

*EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), PROFITABILITY,  
LEVERAGE AND COMPANY SIZE ON TAX AGRESIVITY  
(Study on Food and Beverage Companies listed on the Stock Exchange in  
2015-2017)*

ABSTRACTION

By:

Mariana Yuli Erika Sari

Supervisor

Dra. Rachyu Purbowati, MSA

*According to Law No. 16 of 2009 Tax is a compulsory state contribution that is owed by both individuals and bodies that have a compelling nature based on the Law that has been determined, by not accepting a reply directly but imposed as a state interest for the prosperity of the people. Currently tax is the most frightening specter for entrepreneurs who do not want to lose their profits. So many companies deliberately falsify their financial statements using aggressive taxation plans. The act of tax aggression itself is something the company does to reduce taxable profits with tax planning. One factor that influences the existence of tax aggressiveness is Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage and Company Size.*

*The purpose of this study was to determine the effect of Corporate Social Responsibility, Profitability, Leverage and Company Size on Tax Aggressiveness. The data used is secondary data from the company's annual financial statements. Population and sample in this study are food and beverage companies listed on the Stock Exchange in 2015-2017 using purposive sampling method. The results of this study can be deduced as follows: Corporate Social Responsibility and company size variables have no significant effect on tax aggressiveness, while profitability and leverage have a significant effect on tax aggressiveness*

*Keyword: CSR, Profitability, Leverage and Company Size on Tax Aggressiveness*