

INTISARI

Pajak merupakan kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa sesuai dengan undang-undang. Pajak sebagai penopang pendapatan utama Negara Indonesia yang digunakan untuk mensejahterakan rakyat. Namun masih banyak pihak yang belum sadar akan pentingnya membayar pajak dan melakukan penghindaran pajak.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai hubungan karakteristik perusahaan dan beban iklan terhadap penghindaran pajak dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening. Karakteristik perusahaan menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2017. Pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sample* dan diperoleh sampel sejumlah 107 sampel. Data diperoleh dari Bursa Efek Indonesia kantor wilayah Yogyakarta dan website www.idx.co.id, data yang dianalisis dalam penelitian ini diolah dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan.

Teknik analisis yang digunakan untuk pengujian adalah path analisis menggunakan SPSS 15.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan beban iklan tidak berpengaruh terhadap CSR, ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR, profitabilitas berpengaruh negatif terhadap penghindaran pajak, ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak, beban iklan berpengaruh positif terhadap penghindaran pajak dan profitabilitas, ukuran perusahaan dan beban iklan tidak berpengaruh terhadap penghindaran pajak dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel intervening.

Kata kunci: penghindaran pajak, *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas, ukuran perusahaan dan beban iklan.

ABSTRACT

Tax is a mandatory contribution to the state that is owed by an individual or a coercive body in accordance with the law. Taxes are the main source of income for the State of Indonesia which is used for the welfare of the people. But there are still many parties who are not yet aware of the importance of paying taxes and tax evasion.

This study aims to provide empirical evidence regarding the relationship of company characteristics and advertising burden to tax avoidance with Corporate Social Responsibility as an intervening variable. The company's characteristics use profitability and company size. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange for the period 2015-2017. Sampling using purposive sample method and obtained a sample of 107 samples. Data obtained from the Indonesia Stock Exchange Yogyakarta area office and website www.idx.co.id, the data analyzed in this study are processed from annual reports and company financial statements.

The analysis technique used for testing is path analysis using SPSS 15.0. The results showed that profitability and advertising burden did not affect CSR, company size had a positive effect on CSR, profitability had a negative effect on tax avoidance, firm size had no effect on tax avoidance, advertising burden positively affected tax avoidance and profitability, company size and advertising burden has no effect on tax avoidance with Corporate Social Responsibility as an intervening variable.

Keywords: *tax avoidance, Corporate Social Responsibility, profitability, size and advertising burden.*