**ABSTRAK**

Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2007 Tentang Perubahan Ketiga Atas Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1983). Pajak merupakan fenomena penting yang selalu mengalami perkembangan, untuk itu pajak harus dikelola dengan baik. Agar penerimaan negara dari sektor pajak meningkat, maka masyarakat ditempatkan dalam posisi utama dalam pelaksanaan kewajiban perpajakannya. Hal ini sangat sejalan dengan tuntutan *social oriented*, dimana masyarakatlah yang paling menentukan kehidupan dan kegiatannya, sedangkan pemerintah lebih berfungsi sebagai pengawas, pembina dan penyedia fasilitas.

Bagi perusahaan, pajak dianggap sebagai beban yang akan mengurangi keuntungan perusahaan. Hal itu menyebabkan perusahaan mencari cara untuk mengurangi biaya pajak. Oleh karena itu, dimungkinkan perusahaan akan menjadi agresif dalam perpajakan. Perusahaan yang memiliki kewajiban pajak tinggi akan memilih untuk berutang agar mengurangi pajak. Dengan sengajanya perusahaan berutang untuk mengurangi beban pajak maka dapat disebutkan bahwa perusahaan tersebut melakukan penghindaran pajak.

Tujuan penelitian yang dilakukan untuk menganalisis antara dua variabel utama yaitu beban iklan dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak dimana penulis ingin menganalisa seberapa besar beban iklan dan ukuran perusahaan terhadap agresivitas pajak perusahaan tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa

***Kata Kunci :Beban Iklan,Ukuran Perusahaan,Agresivitas Pajak.***