

SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DENGAN AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (Persero) Tbk



JIMMI RAPA'
1810321026

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DENGAN AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (Persero) Tbk



JIMMI RAPA'
1810321026

**PROGRAM STUDI S1 AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU-ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS FAJAR
MAKASSAR
2023**

SKRIPSI

ANALISIS PERBANDINGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (Persero) Tbk

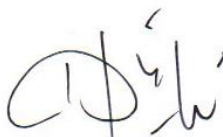
disusun dan diajukan oleh

JIMMI RAPA
1810321026

telah diperiksa dan diuji

Makassar, 11 Mei 2023

Pembimbing



Dinar, S.E., M.Si., CTA., ACPA
NIDN:0916058001

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak. CA
NIDN: 0925107801

SKRIPSI

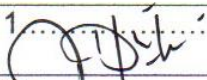

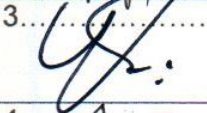

ANALISIS PERBANDINGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (Persero) Tbk

disusun dan diajukan oleh

JIMMI RAPA
1810321026

telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi
pada tanggal **11 MEI 2022** dan
dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,
Dewan Penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dinar, S.E., M.Si., Ak., CTA., ACPA NIDN:0916058001	Ketua	1..... 
2.	Nur Aida, S.E., M.SA., CTA., ACPA NIDN:0903037902	Sekretaris	2..... 
3.	Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA NIDN:0925107801	Anggota	3..... 
4.	Dr. H. Syamsuddin Bidol, M.M. NIDN:0901016507	Eksternal	4..... 

Dekan Fakultas Ekonomi
dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.IKom
NIDN: 0925096902

Ketua Program Studi S1 Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Ilmu-ilmu Sosial
Universitas Fajar



Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA
NIDN. 0925107801 AKUNTANSI

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : JIMMI RAPA
NIM : 1810321026
Program Studi : Akuntansi S1

dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul **ANALISIS PERBANDINGAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DENGAN AGRESIVITAS PAJAK PERUSAHAAN PADA PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA (Persero) Tbk** adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur plagiasi, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar,

Yang membuat pernyataan,



JIMMI RAPA

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang MahaEsa atas limpahan karunia, dan rahmat hidayanya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini yang berjudul “ **Analisis Perbandingan *Corporate Social Responsibility* dengan Agresivitas Pajak Perusahaan**” sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana S1 Universitas Fajar Makassar.

Dalam penyusunan skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi. Namun, pada akhirnya penulis dapat melaluinya berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak terkhusus kedua orang Tua saya, saudara, dan keluarga Yulius Rambalangi dan seluruh keluarga besar yang selalu memberikan arahan dan tambahan ilmu dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga berterima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mulyadi Hamid, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Fajar
2. Ibu Dr. Hj. Yusmanizar, S.Sos., M.Ikom, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu-Ilmu Sosial Universitas Fajar
3. Ibu Yasmi, S.E., M.Si., Ak., CA., CTA., ACPA selaku Ketua Program Studi S1 Akuntansi
4. Ibu Dinar, S.E., M.Si., CTA., ACPA, selaku Pembimbing Akademik dan sekaligus Dosen Pembimbing skripsi
5. Seluruh dosen dan staf Universitas Fajar Makassar
6. Angrelia Pratiwi Utami S.M, Marsi, Syariffuddin, Simon Tandiloang, Sinar yang selalu membantu dan mendukung dalam penyelesaian skripsi ini. *See u on top Guys!*
7. Serta semua pihak yang tidak bias saya sebutkan satu persatu atas bantuannya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna di karenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Untuk itu dengan tanga terbuka penulis menerima setiap saran dan kritik dari pembaca. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi pembaca.

Makassar, 13 April 2023

Peneliti

ABSTRAK

Analisis Perbandingan *Corporate Social Responsibility* dengan Agresivitas Pajak Perusahaan pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.

**Jimmi Rapa
Dinar**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis penerapan *corporate social responsibility* dengan agresivitas pajak perusahaan pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji deskriptif kuantitatif (komparatif) dengan membandingkan dana CSR yang digunakan dan tingkat agresivitas perusahaan. Tingkat agresivitas pajak diukur menggunakan ETR.

Hasil penelitian menunjukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dengan membandingkan biaya CSR dan Agresivitas perusahaan menggunakan alat ukur *Effective Tax Rate* (ETR), namun hasil ETR tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh CSR. Maka dari itu mengungkapkan bahwa kegiatan CSR tidak seiring dengan agresivitas terhadap Pajak. Yang dimana ketika dana CSR semakin besar menunjukkan tingkat agresivitas yang rendah, hasilnya tidak konsisten disebabkan oleh faktor selain CSR.

Kata Kunci : *Corporate Social Responsibility* dengan Agresivitas

ABSTRACT

Analysis of Ratio Corporate Social Responsibility with Corporate Tax Aggressiveness at PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.

***Jimmi Rapa
Dinar***

The purpose of this study was to analyze the application of corporate social responsibility to corporate tax aggressiveness at PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. The method used in this study is a quantitative descriptive test (comparative) by comparing the CSR funds used and the level of corporate aggressiveness. The level of tax aggressiveness is measured using the ETR.

The results of the study show that the disclosure of Corporate Social Responsibility by comparing the cost of CSR and the aggressiveness of companies using the Effective Tax Rate (ETR) measurement tool, however, the ETR results are not fully influenced by CSR. Therefore it reveals that CSR activities are not in line with tax aggressiveness. Where when CSR funds are getting bigger it shows a low level of aggressiveness, the results are inconsistent due to factors other than CSR.

Keywords: Corporate Social Responsibility with Aggressiveness

DAFTAR ISI

SAMPUL
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.2 Penelitian Terdahulu	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1 Rancangan Penelitian	28
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	28
3.3 Jenis Sumber Data	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Analisis Data	39
BAB IV HASIL PENELITIAN	31
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	31
4.2 Hasil Penelitian.....	34
4.3 Pembahasan	37
BAB V PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan	42

5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	27
---------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Biaya CSR	3
Tabel 1.2	Data Biaya pajak	4
Tabel 4.1	Data Biaya CSR Tahun 2017-2021	35
Tabel 4.2	Data Beban Pajak Penghasilan dan Pendapatan Sebelum Pajak Tahun 2017-2021	36
Tabel 4.3	Rekap Perhitungan CSR	37
Tabel 4.4	Perbandingan Biaya CSR dan Agresivitas Pajak Tahun 2017-2021	37

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Data Laporan CSR Pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Tahun 2017-2021
- Lampiran 2 : Data Pajak Penghasilan Badan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Tahun 2017-2021

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu kewajiban perusahaan yang bertanggung jawab bukan hanya untuk konsumen, pemegang saham ataupun karyawan. Kini perusahaan juga melakukan program CSR kepada lingkungan sekitar. Hal ini sebagai sesuai dengan isi pasal 77 Undang-undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, tanggung jawab sosial, dan lingkungan sumber daya alam dan tidak di batasi kontribusinya serta dibuat dalam laporan keuangan. Juga terdapat dalam pasal 15, 17, dan 34 Undang-undang No.25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal.

Kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba merupakan cermin keberhasilan suatu perusahaan. Akan tapi laba bukanlah satu satunya yang menjadi indikator keberhasilan perusahaan secara menyeluruh. Pengelolaan perusahaan yang baik turut berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan sosial saja. Sejak saat ini isu mengenai *corporate governance* mulai berkembang, baik pemerintah, investor maupun manajemen perusahaan mulai memberikan pemerhatian yang cukup signifikan. Salah satu bentuk implementasi dari konsep *corporate governance* adalah penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial yang di atur Undang-undang .

Utami (2021:2) menyatakan hubungan antara pemerintah dengan dunia usaha dalam konteks CSR bentuk kemitraan. Pemerintah bukan hanya sebagai pembuat kebijakan melainkan juga sebagai fasilitator dalam pelaksanaan CSR. Salah satunya dalam pemungutan pajak. Perusahaan yang dapat peduli pada

pentingnya CSR, maka perusahaan tersebut sadar akan pentingnya pajak bagi masyarakat pada umumnya, yang mana pemungutan pajak oleh pemerintah di gunakan untuk kemakmuran rakyat. Sedangkan Utami (2021:106) menyatakan pengusaha menganggap mereka sudah membayar pajak sehingga tanggung jawab sosial merupakan tanggung jawab pemerintah.

Urip (2010:5) menyatakan bahwa banyak yang melihat CSR sebagai pembebanan yang ditempatkan pada suatu organisasi oleh pihak luar, dan percaya bahwa itu adalah tanggung jawab yang harus di pikul sebagai bagian dari haknya untuk hidup, sama seperti pajak. Mereka enggan memberikan kontribusi ketika mereka merasa harus melakukannya. Secar belum melihat manfaat dari tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Sebagian besar menganggap kegiatan CSR sebagai semacam kemurahan hati yang di berikan kepada masyarakat oleh bisnis, dan pemberian tersebut hanya akan di berikan setelah perusahaan mapan,tumbuh dan menguntungkan. Sementara yang lain melihat CSR sebagai kewajiban altruistik, semacam moral yang dikenakan pada perusahaan yang sukses sebagai semacam deviden bagi masyarakat yang tela membantu mereka mencapai kesuksesan.

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, melaksanakan berbagai program CSR yang sebagian berfokus pada pendidikan. Melalui infrastruktur dan layanan terbaik. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk mendukung generasi muda untuk mendapatkan pendidikan yang layak, membantu guru meningkatkan kopotensi khususnya terkait digital dan meningkatkan sarana pendidikan di sekolah-sekolah. Sejak tahun 2000, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, memulai program *internet goes to school* tersebut yang lebih dari 70.000 sekolah di Indonesia. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk meningkatkan kompetensi dilakukan dengan menghadirkan bagimu guru kupersembahkan dan Indonesia di gital learning. PT Telekomunikasi Indonesia

(Persero) Tbk, juga mengapresiasi Guru-guru melalui penghargaan *My Theacher My hero* sebagai program bagi Guru-guru yang berprestasi dalam pemanfaatan ICT di dunia pendidikan. Untuk membangun dunia pendidikan, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, membangun fasilitas *Broadband Learning Center* di lebih dari 4.554 lokasi di seluruh Indonesia baik di sekolah. Program CSR peduli pendidikan Nasional secara simbolis memberikan bantuan kepada siswa dan Guru berupa alat bantu ajar dan beasiswa di berikan kepada Guru dan siswa yang di datangkan langsung Riau, Flores, dan Papua yang mewakili wilayah 3T (Terluar, terdepan, dan tertinggal). Komitmen PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, untuk membangun pendidikan Indonesia telah di lakukan sejak lama melalui beberapa program seperti internet goes to school, bagimu Guru ku persembahkan, Indonesia *digital learning*, *My Theacher My Hero*, *Broadband Learning Center*, *pustaka digital*, *Employee Volunteer program*, dan *Anniver Safari*. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, mendukung program pemerintah dalam pemerataan pendidikan di Indonesia. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, menyuguhkan pendidikan formal dan informal guna meningkatkan mutu pendidikan daya saing masyarakat khususnya Papua. Program ini merupakan salah satu wujud nyata kehadiran PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk di tengah-tengah masyarakat untuk meningkatkan kualitas generasi penerus bangsa.

Tabel 1.1
Data Biaya CSR Tahun 2017-2021
Pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
(dalam Rupiah)

Tahun	Total CSR
2017	Rp 28.500.000.000
2018	Rp 39.800.000.000
2019	Rp 48.500.000.000
2020	Rp 50.750.000.000
2021	Rp. 125.000.000.000

Sumber : PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk (2023)

Tabel 1.2
Data Beban Pajak Penghasilan dan Pendapatan Sebelum Pajak Tahun 2017-2021 Pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
(dalam rupiah)

No	Tahun	Beban Pajak Penghasilan	Laba Sebelum Pajak
1	2017	9.958.000.000	42.659.000.000
2	2018	9.426.000.000	36.405.000.000
3	2019	10.316.000.000	37.908.000.000
4	2020	9.212.000.000	38.775.000.000
5	2021	9.730.000.000	43.678.000.000

Sumber: PT Telekomunikasi Indonesia dan data diolah (2023)

Untuk mengefisienkan pajak yang harus dibayar, perusahaan akan melakukan segala cara melalui manajemen yang di duga cenderung merumuskan tindakan agresivitas pajak. Tola (2017:2). Utami (2021:3) juga menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan *tax planning* yang bertujuan untuk meminimalkan pajak terutang untuk memaksimalkan laba perusahaan sebelum pajak yang optimal. Bagi mereka pajak merupakan biaya yang harus dibayar oleh perusahaan, sehingga perlu ada usaha-usaha dan strategi-strategi untuk mengurangi pajak tersebut. Berdasarkan masalah tersebut, bahwa adanya usaha-usaha untuk menghindari pajak, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul **“Analisis Perbandingan Corporate Social Responsibility dengan Agresivitas pajak pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah penelitian ini adalah *“Bagaimana Analisis perbandingan corporate social responsibility dengan agresivitas pajak pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk*

1.3. Tujuan Dan Kegunaan penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perbandingan corporate social responsibility dengan agresivitas pajak pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

2. Kegunaan Penelitian

- a. Memberikan informasi kepada perusahaan bahwa sikap *corporate social responsibility* akan memberikan dampak secara luas tidak hanya kepada kinerja perusahaan saja tetapi juga terhadap pajak.
- b. Memberikan pengetahuan kepada pembuat kebijakan pajak agar bias membuat kebijakan yang meminimalkan tindakan agresivitas pajak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Legitimisasi

Dalam mempertahankan hidup, perusahaan sangat bergantung pada masyarakat yang berada di sekitar perusahaan beroperasi. Karena teori ini menyatakan sebuah organisasi harus meyakinkan masyarakat sekitar bahwa mereka melaksanakan operasi sesuai dengan peraturan norma-norma sosial yang berlaku. Jika perusahaan tersebut mampu meyakinkan masyarakat sekitar maka, perusahaan tersebut sudah dinyatakan mendapatkan legitimasi dari masyarakat sekitar. Kegiatan CSR dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi masyarakat sehingga kegiatan perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Perusahaan yang mendapatkan legitimasi diharapkan tidak merugikan atas langkah yang telah diambil yang mengakibatkan hilangnya legitimasi perusahaan di mata masyarakat dan merusak citra perusahaan yang dapat mengganggu proses operasional perusahaan.

Sudiro (2018:102) berpendapat bahwa legitimasi adalah kemampuan seseorang untuk memengaruhi karena posisinya. Seseorang yang mempunyai kekuasaan lebih tinggi, memiliki kekuasaan atas orang-orang yang lebih rendah kedudukannya. Legitimasi mengandalkan posisi kewenangan seseorang atau menekankan bahwa sebuah permintaan selaras dengan kebijakan atau ketentuan dalam organisasi (2018:105).

Teori legitimasi menjelaskan bahwa sebuah organisasi harus meyakinkan masyarakat sekitar bahwa mereka beroperasi sesuai dengan

batasan-batasan dan norma yang berlaku. Perusahaan yang dapat meyakinkan masyarakat sekitar mengenai kegiatan operasi perusahaan, perusahaan tersebut dianggap telah mendapatkan legitimasi dari masyarakat tersebut.

2.1.2 Teori *Stakeholder*

Ada begitu banyak cara yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk membangun relasi yang baik dengan lingkungan sekitar. Salah satunya dengan kegiatan CSR. Jika semakin banyak perusahaan yang melakukan kegiatan CSR maka perusahaan tersebut dapat dikatakan sebagai perusahaan yang peduli lingkungan. Selain bertanggung jawab dengan lingkungan perusahaan juga bertanggung jawab dengan *stakeholder* lainnya seperti pemerintah dengan membayar pajak sesuai dengan peraturan perpajakan yang telah ditetapkan tanpa melakukan agresivitas pajak.

Teori *stakeholder* menjelaskan tentang keterkaitan antara perusahaan menjalankan aktivitasnya dengan para pemegang saham, kreditur, pemerintah, masyarakat, konsumen dan pihak lain (*stakeholder*). Tola (2017:15) menyatakan bahwa *stakeholder* mengacu pada individu atau kelompok yang memiliki pengaruh di sebuah organisasi tersebut. Dan juga dapat diartikan bahwa dalam beroperasi perusahaan tidak hanya membutuhkan dukungan internal melainkan juga membutuhkan dukungan dari eksternal atau pihak luar.

Saat ini, pergeseran filosofis pengelolaan organisasi entitas bisnis yang didasarkan pada teori keagenan (*agency theory*) yaitu tanggung jawab perusahaan yang hanya berorientasi kepada pengelola (*agent*) dan pemilik (*principle*) mengalami perubahan kepada pandangan manajemen modern yang

di dasarkan teori *stakeholder*. Teori *stakeholder* yaitu terdapatnya peluasan tanggung jawab perusahaan dengan dasar pemikiran bahwa pencapaian tujuan perusahaan sangat berhubungan erat dengan pola (*setting*) lingkungan sosial dimana perusahaan berada. *takeholder* mengacu pada setiap individu atau kelompok yang mempertahankan adil/kepentingannya di sebuah organisasi sama seperti cara *shareholder* yang memiliki saham/obligasi di organisasi tersebut

Gray, Kouhy dan Adams (*1994, p 53) dalam Utami (2021) mengatakan bahwa : “kalangan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktifitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin powerful *stakeholder*, makin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan stakeholdernya.

Menurut Wikipedia, Teori *Stakeholder* di artikan sebagai : “*a theory of organizational management and business ethics that addresss morals and values in managing an organization*”. Atau dengan kata lain teori *stakeholder* adalah teori etika manajemen dan bisnis organisasi yang membahas moral dan nilai-nilai dalam mengelola organisasi.

2.1.3 Teori *corporate social responsibility* (CSR)

Corporate social responsibility pertama kali muncul dalam diskursus resmi akademik sejak Howard R Bowen menerbitkan bukunya berjudul *social responsibility of businessman* pada tahun 1953. Ide CSR yang di kemukakan Bowen mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak di capai masyarakat di tempat perusahaannya beroperasi (Tola, 2017). Utami (2021) menyatakan

bahwa konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah di kenal sejak awal 1970, yang secara umum di artikan sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang berhubungan dengan *stakeholder*, pemenuhan ketentuan hukum, penghargaan masyarakat, lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan secara berkelanjutan (*Corporate Social Responsibility*).

Sejak pertengahan 1990-an gagasan CSR telah di kaitkan dengan hal *corporate citizenship* keberlanjutan perusahaan dan *triple bottom line*. Istilah *corporate citizenship* menggambarkan keterlibatan perusahaan dengan stakeholder daripada pemegang saham saja. Keberlanjutan perusahaan mengacu pada perilaku perusahaan yang mungkin mempengaruhi perkembangan berkelanjutan yaitu, aktivitas perusahaan yang menciptakan peluang untuk pengembangan berkelanjutan. Triple bottom line biasanya mengacu pada keseimbangan dan kenaikan yang sama dengan kepentingan ekonomi, sosial dan lingkungan dari sebuah bisnis (Bichta, 2003).

Kini dunia usaha tidak lagi hanya memperhatikan catatan keuangan perusahaan semata (*single bottom line*), melainkan sudah meliputi keuangan, sosial, dan aspek lingkungan yang biasa disebut (*triple bottom line*). Sinergi tiga elemen ini merupakan kunci konsep dari pembangunan berkelanjutan (Siregar, 2007). Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan perwujudan komitmen yang di bangun oleh perusahaan untuk memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas kehidupan masyarakat (Susiloadi, 2008).

Ada banyak ragam penafsiran tentang CSR. Definisi CSR yang berlaku saat ini mendukung bahwa perusahaan harus terlibat dengan para stakeholder untuk menciptakan nilai jangka panjang. Hal ini bukan berarti bahwa para

pemegang saham tidaklah penting, atau profitabilitas yang tidak penting untuk kesuksesan bisnis. Sebaliknya, agar perusahaan dapat bertahan dan menguntungkan, maka harus terlibat dengan berbagai stakeholder yang pandangannya terhadap keberhasilan perusahaan sangat bervariasi (Bichta, 2003) dalam Utami (2021). Menurut Baker (2003) dalam Utami (2021) CSR adalah tentang bagaimana perusahaan mengelola proses bisnis untuk menghasilkan dampak positif secara keseluruhan pada masyarakat. Sementara definisi CSR menurut Wikipedia Indonesia menyatakan bahwa :”Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep bahwa organisasi, khususnya (bukan hanya) perusahaan adalah memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional.

The world business council for sustainable development (WBCSD), Lembaga internasional yang berdiri tahun 1995 memberikan definisi CSR sebagai: “ *continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of the life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large.*” dengan kata lain dapat dijelaskan bahwa CSR merupakan komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sekaligus meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas local, dan masyarakat luas.

Definisi lain mengenai CSR juga dikemukakan oleh *world bank* yang memandang CSR sebagai : “*The commitment of business to contribute to*

sustainable economic development working with employees and their representatives the local community and society at large to improve quality of life, in ways that are both good for business and good for development.” Atau dengan kata lain dapat di jelaskan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pekerjaannya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan karyawan dan perwakilan mereka dalam komunitas setempat dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik dimana baik untuk dunia usaha dan juga untuk pembangunan.

Utami (2021) mengatakan bahwa dalam proses perjalanan CSR banyak masalah yang di hadapinya, di antaranya adalah:

1. Program CSR belum tersosialisasikan dengan baik di masyarakat.
2. Masih terjadi perbedaan pandangan antara departemen hukum dan HAM dengan departemen perindustrian mengenai CSR di kalangan perusahaan.
3. Belum adanya aturan yang jelas dalam pelaksanaan CSR di kalangan perusahaan.

2.1.3.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility*

CSR biasa diartikan sebagai usaha dari perusahaan untuk menaikkan citra dimata masyarakat melalui amal baik secara eksternal maupun internal. Ide dasar CSR yang diungkapkan oleh Rending (2015) bahwa mengacu pada kewajiban pelaku bisnis untuk menjalankan usahanya sejalan dengan nilai-nilai dan tujuan yang hendak dicapai masyarakat ditempat perusahaannya beroperasi. Ia menggunakan istilah sejalan dalam konteks itu untuk meyakinkan dunia usaha tentang perlunya mereka memiliki visi yang melampaui kinerja finansial

perusahaan. Ia mengemukakan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial perusahaan. Prinsip-prinsip yang diemukakan mendapat pengakuan publik dan akademisi sehingga Howard R Bowen dinobatkan sebagai “Bapak CSR”. Pemikiran Bowen inilah yang menjadi acuan dasar para ahli dalam mendefinisikan CSR.

Menurut versi the world business council for sustainable development (WBCSD) In fox, world bank, (2002) definisi CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan, adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

CSR juga dijadikan sebagai kekuatan perusahaan agar dapat lebih unggul dari pada pesaing dalam mendapatkan keuntungan. Apabila suatu perusahaan mampu menerapkan kebijakan CSR, maka pesaing akan terlibat juga dalam menerapkan CSR dan apabila pesaing tidak menerapkan CSR maka perusahaan tersebut akan kehilangan loyalitas pelanggan. Dan tidak jarang pula ada perusahaan yang menerapkan CSR karena mereka percaya bahwa CSR memang benar untuk diterapkan. Tola (2017:19) menyatakan bahwa CSR dianggap sebagai suatu faktor kunci dalam keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan.

Menurut para pengkritik CSR Pearch dan Robinson (2013: 61) bahwa perusahaan yang berperilaku bertanggung jawab secara sosial, dan portofolio yang terdiri atas saham perusahaan-perusahaan tersebut akan memperlihatkan kinerja keuangan yang lebih buruk dibandingkan perusahaan yang tidak. Menurut mereka, biaya CSR melampaui manfaat yang diperoleh perusahaan

individual. Selain itu, teori portofolio tradisional berpendapat bahwa investor meminimalkan resiko dan memaksimalkan imbal hasil dengan memiliki kemampuan untuk memilih dari peluang investasi yang tidak terbatas jumlahnya. Para pendukung konsep ini berpendapat bahwa biaya CSR dikompensasi dalam jangka panjang dengan membaiknya citra perusahaan serta meningkatkan nama baik perusahaan dimata masyarakat.

Menurut Ilham (2018) CSR adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab pada sekitar perusahaan agar melakukan kegiatan CSR sesuai dengan peraturan pemerintah karena apabila tidak maka akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Salah satu elemen paling penting dari tanggung jawab sosial adalah hubungan antara dunia bisnis dan pemerintah Elbert dan Griffin (2015:65). Berarti perusahaan memiliki kewajiban untuk memberikan bantuan baik berupa tindakan kemanusiaan maupun menciptakan lapangan kerja. Pada dasarnya pengungkapan CSR memiliki tujuan untuk memberitahu kepada masyarakat tentang aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan pengaruhnya terhadap masyarakat sekitar. Rending (2015:8) mengartikan CSR sebagai "kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungan (profit) bagi kepentingan pembangunan manusia (people) dan lingkungan (planet) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (procedure) yang tepat dan professional.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan atau corporate social responsibility (CSR) adalah komitmen perusahaan dalam mensejahterakan lingkungan operasional perusahaan dengan meminimalkan resiko dan memaksimalkan hasil perusahaan untuk mencapai tujuan yang berkelanjutan.

2.1.3.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Berikut adalah beberapa manfaat CSR terhadap perusahaan Adriati (2012), yaitu:

1) Meningkatkan Citra Perusahaan

Dengan melakukan kegiatan CSR, konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan yang baik bagi masyarakat.

2) Memperkuat "*Brand*" Perusahaan

Melalui kegiatan memberikan *product knowledge* kepada konsumen dengan cara membagikan gratis, dapat menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan posisi brand perusahaan.

3) Mengembangkan Kerja Sama dengan Pemangku Kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatan CSR, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakan sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat dan universitas local. Maka perusahaan akan membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

4) Membedakan Perusahaan dengan Pesaingnya

Jika CSR dilakukan sendiri oleh perusahaan, perusahaan mempunyai kesempatan menonjolkan keunggulan komparatifnya sehingga dapat membedakannya dengan pesaing yang menawarkan produk atau jasa yang sama.

5) Menghasilkan Inovasi dan Pembelajaran untuk Meningkatkan Pengaruh Perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala dapat memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

6) Membuka Akses untuk Investasi dan Pembiayaan Bagi Perusahaan

Para investor saat ini sudah mempunyai kesadaran akan pentingnya berinvestasi pada perusahaan yang telah melakukan CSR. Demikian juga penyedia dana, seperti perbankan lebih memprioritaskan pemberian bantuan dana pada perusahaan yang melakukan CSR.

7) Meningkatkan harga saham

Jika perusahaan rutin melakukan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, reditur dll), pemerintah, akademis maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka pemerintah terhadap saham perusahaan akan naik dan otomatis harga saham juga meningkat.

Urip (2010:64) mengemukakan beberapa kebutuhan internal perusahaan dalam melaksanakan CSR yaitu:

- 1) mempromosikan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.
- 2) Visi dan komitmen perusahaan dan karyawannya yang bertanggung jawab untuk berkontribusi pada pengembangan ekonomi mikro yang berkelanjutan, dengan berbagai praktik terbaik maka membuat lingkungan memiliki nilai yang lebih tinggi.
- 3) Kepercayaan Perusahaan tidak hanya sampai disitu tetapi selain pelayanan yang baik dan produk yang baik juga di butuhkan kontribusi

lingkungan yang membuat lokasi menjadi nyaman ditempati untuk membangun kediaman disekitar itu.

4) Nilai-nilai spiritual karyawan.

2.1.4.3 Jenis *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Adriati (2012) ada 4 jenis *corporate social responsibility* (CSR), yaitu :

1) Bidang Pendidikan

CSR di bidang pendidikan yaitu memberikan bantuan beasiswa kepada pelajar dan mahasiswa dari SD,SMP, SMA, D3, S1, S2 dan S3. Beasiswa yang diberikan terdiri dari dua macam ada beasiswa prestasi dan ada beasiswa kurang mampu yang diberikan untuk mewujudkan tanggung jawab perusahaan di bidang pendidikan.

2) Bidang Kesehatan

CSR dalam bidang kesehatan yaitu memberikan biaya gratis kepada masyarakat yang kurang mampu di daerah yang telah disetujui antara pemerintah daerah setempat dan perusahaan itu sendiri. Kebijakan tersebut sangat membantu masyarakat untuk dapat berobat secara gratis dan lebih mensejahterahkan kehidupan sekitar.

3) Bidang Ekonomi

CSR dalam bidang ekonomi yaitu melalui program kemitraan, dengan memberikan pinjaman tunai untuk pengembangan usaha bagi pengusaha skala mikro, kecil dan menengah dengan bunga yang sangat kecil. Bantuan pinjaman dana usaha ini merupakan salah satu bentuk kepedulian perusahaan kepada masyarakat, khususnya dibidang ekonomi.

4) Bidang Kelestarian Lingkungan

CSR dibidang ini yaitu merehabilitasi lingkungan yg terpolusi udara dan pengikisan tanah pasca yang dilakukan perusahaan dengan cara menanam pohon disempang jalan untuk memperbaiki siklus udara dan penimbunan kembali untuk lahan yang telah digali untuk produksi berkelanjutan.

2.1.4.4 Saran Praktis dalam melaksanakan CSR

Urip (2010:65-67) dalam Utami (2021) mengatakan bahwa diperlukan pertimbangan yang cermat sebelum memulai aktivitas CSR. Aktivitas yang dipilih juga harus dimulai dalam batas pengaruh terdekat, adapun yang perlu dilakukamn dalam melaksanakan CSR sebagai berikut:

- 1) Memastikan komitmen batas atas-bawah dari CEO dan dewan serta mengamankan tata kelola perusahaan yang baik dalam organisasi.
 - a. Memulai “focus diskusi kelompok” diantara pemangku kepentingan yaitu semua kelompok dan individu yang berhubungan dengan bisnis (mitra bisnis, pemerintah dan regulator, konsumen, masyarakat dan komunitas, media, organisasi non pemerintah (LSM)) karna orang-orang ini dapat mengidentifikasi titik lemah dan kuat, kegagalan dan keberhasilan aspek sosial, lingkungan dan ekonomi perusahaan (analisis SWOT bisnis)
 - b. Strategi dasar CSR harus ditetapkan di tingkat eksekutif sehingga Anak perusahaan bisa mengadopsi strategi ini sesuai dengan lingkungan setempat. Namun demikian, akuntabilitas pelaksanaannya tetap berada pada divisi dan anak perusahaan, yang dapat mengubah program CSR sejalan dengan kebutuhan masyarakat setempat serta kapasitas dan kapabilitas usaha untuk menggunakan pengetahuan dan menjamin keberhasilan program.

- c. Melibatkan dan memberdayakan masyarakat atau citra program pembangunan (pendidikan masyarakat, peningkatan kualitas hidup, mengubah kebiasaan) dan dalam pengembangan rantai nilai bisnis (transfer teknologi dan sistem, jaminan kualitas, dan berbagai tata kelola perusahaan yang baik dengan semua mitra) menghasilkan kesempatan kerja yang lebih luas, sehingga menciptakan kekayaan dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi mikro yang berkelanjutan.
- 2) Dalam hal program CSR, seperti program lingkungan yang memberikan manfaat tidak langsung yang nyata bagi perusahaan, disarankan untuk membentuk unit CSR didalam perusahaan yang benar-benar terpisah dari operasi, tetapi pastikan bahwa semua rencana, anggaran, pengendalian, dan pelaporan mengikuti prinsip-prinsip GCG dan dimasukkan kedalam “rencana jangka panjang” bisnis. Pemantauan perlu dilakukan melalui survei keselamatan dan lingkungan untuk mengukur penerimaan masyarakat dan citra perusahaan, dan untuk memberikan jaminan yang wajar kepada pemangku kepentingan.
- 3) Mendefinisikan komunitas dan program pengembangan kapasitas yang mencakup dukungan pendidikan dasar dan studi kejuruan, keamanan lingkungan, kesejahteraan komunitas, kesehatan dan keselamatan publik. Para teladan membantu masyarakat membangun dan melatih pemadam kebakaran dan infrastruktur yang lengkap.
- 4) Peduli lingkungan melalui mendukung perubahan perilaku atau perubahan pola pikir (misalnya, menghentikan pencemaran sungai dan kanal dengan sampah untuk menghindari banjir. Atau melakukan rekondisi tanah dalam

kasus penambangan, pengelolaan limbah dan air, pengurangan limbah dan sebagainya.

- 5) Membentuk aliansi dengan LSM, pemerintah pusat, atau daerah, lembaga pendidikan, dan media.
- 6) Menerapkan praktik terbaik bisnis-jaminan kualitas produk, tatakelola perusahaan yang baik dan kode etik, praktik anti korupsi keunggulan operasional, kepedulian terhadap lingkungan dengan semua mitra dan sebagainya.
- 7) Bekerja sama dengan perusahaan lain dalam mempromosikan tata kelola perusahaan yang baik dan kegiatan CSR melalui seminar dan lokarya bersama-sama serta bimbingan dan pendampingan proses implementasi.
- 8) Untuk memastikan pemantauan dan penilaian yang berkelanjutan atas pelaksanaan program, untuk belajar dari kesalahan dan pencapaian untuk maju dan mendapatkan manfaat maksimal dari menjadi lebih sadar dan bertanggung jawab secara sosial, dan untuk mengeluarkan pelaporan berkelanjutan mengikuti standar *global reporting initiative*.
- 9) Pelaporan kegiatan yang efektif harus diungkapkan dengan jelas di media untuk mendorong lembaga dan perusahaan lain untuk mengikutinya. Meskipun perhatian publik tentang tanggung jawab sosial, dan lingkungan perusahaan telah meningkat pesat, kesadaran akan praktik yang bertanggung jawab masih rendah dan orang ingin tau lebih banyak.

2.1.4.5 Undang yang mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Peraturan yang mengatur tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yaitu sesuai

dengan isi pasal 74 Undang-undang perseroan terbatas (UUPT) nomor 40 Tahun 2007:

Ayat (1) : Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Ayat (2) : Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya memperhatikan kepatutan dan kewajaran.

Ayat (3) : Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat(1) di kenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang undangan.

Ayat (4) : Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan di atur dengan peraturan pemerintah.

2.1.5 Agresivitas Pajak

Pembayaran pajak perusahaan seharusnya memiliki implikasi bagi masyarakat dan sosial karena membentuk fungsi yang penting dalam membantu mendanai persediaan barang publik dalam masyarakat, termasuk hal-hal seperti pendidikan, pertahanan nasional, kesehatan masyarakat, transportasi umum, dan penegakan hukum (Friese,dkk,2008 dalam Lanis dan Richardson, 2012). Akhirnya, seperti yang di tunjukan oleh William (2007) dalam Lanis dan Richardson (2007), isu yang paling signifikan yang timbul dalam menerapkan prinsip-prinsip CSR untuk pajak perusahaan meliputi tindakan-tindakan yang mengurangi kewajiban pajak perusahaan melalui penghindaran pajak perusahaan dan perencanaan pajak. Seperti yang di

ungkapkan oleh Balakrishnan, et.al. (2011) bahwa perusahaan terlibat dalam berbagai bentuk perencanaan pajak untuk mengurangi kewajiban pajak yang di perkirakan.

Tola, mendefinisikan agresivitas pajak sebagai kegiatan perencanaan pajak semua perusahaan yang terlibat dalam usaha mengurangi tingkat pajak yang efektif. Tidak ada definisi atau pun ukuran agresivitas pajak yang dapat diterima secara universal. Agresivitas pajak merupakan kegiatan yang lebih spesifik, yaitu mencakup transaksi yang tujuan utamanya adalah untuk menurunkan kewajiban pajak perusahaan. Balakrishnan, et. Al (2011) menyatakan bahwa perusahaan yang agresivitas terhadap pajak di tandai dengan transparansi yang lebih rendah. Demikian juga dengan Jimenez (2008) yang menyatakan bahwa bukti empiris baru-baru ini menunjukkan bahwa agresivitas pajak lebih merasuk dalam tata kelola perusahaan yang lemah.

Tola (2021) mendefinisikan agresivitas pajak penghasilan badan (sering disebut sebagai penghindaran pajak) sebagai tingkat yang paling akhir dari spektrum serangkaian perilaku perencanaan pajak. Utami (2021) menyatakan : *“Between tax avoidance and tax evasion, there exist potential gray area of aggressiveness. This gray area exist because there are tax shelters beyond what is specifically allowed by the tax law and the tax law does not specifically address all possible tax transaction. A bright line does not exist between tax avoidance and tax evasion because neither term adequately describes all transactions. Therefore, aggressive transactions and decision-making may potentially become either tax avoidance or tax evasion.”* Dari kutipan di atas dapat di simpulkan bahwa transaksi dan pengambilan keputusan yang agresif

mingkin secara potensial dapat menjadi sebuah masalah penghindaran pajak maupun penggelapan pajak.

Watson (2011) menyatakan bahwa agresivitas pajak dapat di definisikan sebagai : *“The main purpose of the activity or activities that are the object of tax planning is to avoid paying taxes or to lower taxes significantly, and the commercial reason for that activity, if any, is marginal.”* Dari kutipan di atas dengan kata lain dapat di jelaskan bahwa tujuan utama dari aktifitas perencanaan pajak adalah menghindari pembayaran pajak atau atau membuat rendah beban pajak yang di bayarkan secara signifikan. Sari dan Martani (2010) menyatakan bahwa beban pajak yang di pikul oleh subjek pajak badan, memerlukan perencanaan yang baik, oleh karena itu strategi perpajakan jadi mutlak di perlukan untuk perusahaan yang optimal. Strategi dan perencanaan pajak yang baik dan tentu saja harus legal, akan mampu mendorong perusahaan untuk dapat bersaing dengan perusahaan yang lain.

Ada berbagai macam proksi pengukuran agresivitas pajak, antara lain *Effective Tax Rates (ETR), Book Tax Differences, Discretionary Permanent BTDS (DTAX), Unrecognize tax benefit, Tax shelter activity, dan marginal tax rate.* Rego dan Wilson (2008) menyatakan bahwa tidak ada proksi agresivitas pajak yang dapat menangkap secara sempurna adanya agresivitas pajak. Beberapa penelitian seperti Timoty (2010), Balakrishnan, dkk (2011), serta Lanis dan Richardson (2012) menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak. Lanis dan Richardson (2012) menyatakan bahwa terdapat beberapa alasan menggunakan ETR sebagai proksi untuk mengukur agresivitas pajak, antara lain penelitian terdahulu seperti penelitian yang di lakukan oleh Slemrod, 2004; Dyreng et al, 2008; Robinson et al, 2010; Armstrong dkk

menggunakan ETR untuk mengukur agresivitas pajak, proksi ETR adalah proksi yang paling banyak di gunakan dalam literatur, dan nilai yang lebih rendah dari ETR dapat menjadi indikator adanya agresivitas pajak. Secara keseluruhan, perusahaan- perusahaan yang menghindari pajak perusahaan dengan mengurangi penghasilan kena pajak mereka dengan tetap menjaga laba akuntansi keuangan memiliki nilai ETR yang lebih rendah.

Dengan demikian, ETR dapat digunakan untuk mengukur agresivitas pajak. Selain itu, dalam penelitian ini juga menggunakan *proxy Book Tax Defference* (BTD) sebagai proksi pengukuran alternatif agresifitas pajak untuk memperkuat hasil empiris penelitian ini. *Book Tax Difference* menggambarkan selisih antara laba akuntansi dengan laba fiskal. Perbedaan yang besar antara laba akuntansi dengan penghasilan kena pajak dip perusahaan pada umumnya menunjukkan perilaku agresif terhadap pajak yang lebih besar. (Desai dan Dharmapala, 2006; Frank et al., 2009, Lanis dan Richardson, 2011).

2.1.6 Peraturan Perpajakan di Indonesia

Pajak merupakan iuran yang di berikan rakyat kepada Negara sebagai wujud kontribusi dalam pembangunan nasional, dimana rakyat tidak dapat mendapatkan imbalan secara langsung dan penyelenggaraan diatur di dalam Undang-undang. Dijelaskan dalam UU No. 28 Tahun 2007, 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 di gunakan untuk keperluan Negara bagi sebesar besarnya kemakmuran rakyat. Perusahaan merupakan salah satu objek pajak penyumbang terbesar dalam penerimaan Negara melalui pajak penghasilan badan. Menurut UU No. 28 Tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara pemakaian pasal 1 angka 3, badan adalah

sekumpulan orang atau modal yang merupakan kesatuan baik yang melakukan usaha maupun yang tidak melakukan usaha yang meliputi perseroan terbatas, perseroan komanditer, perseroan lainnya. BUMN atau BUMD dengan nama dan dalam bentuk apapun, firma, kongsi koperasi, dana pensiun, persekutuan, perkumpulan, yayasan, organisasi masa, organisasi sosial politik, atau organisasi lainnya, lembaga dan bentuk badan lainnya, termasuk kontrak investasi kolektif dan bentuk usaha tetap. UU No. 28 Tahun 2007 merupakan perusahaan UU No. 16 Tahun 2000, UU No.9 Tahun 1994 dan UU No. 6 tentang ketentuan Umum dan Tata cara Perpajakan.

Sementara PSAK 46 (revisi 2010) merupakan revisi dari PSAK 46 yang menyatakan bahwa pajak penghasilan mengatur bagaimana entitas menyajikan dan mengungkapkan kewajiban pajak penghasilan entitas. Revisi dilakukan dengan menyesuaikan PSAK dengan IAS 21 tentang *income taxes*. ketentuan dalam PSAK 46 secara umum mengikuti praktik umum yang berlaku secara internasional. Undang – undang No.36 Tahun 2008 merupakan perubahan UU No.17 Tahun 2000, UU No.10 Tahun 1994 , UU No.7 Tahun 1991 dan UU No.7 Tahun 1983 mengenai pajak penghasilan. Yang menjadi dasar mengenai pajak PPH badan adalah sebesar laba bersih kena pajak tanpa pengurangan penghasilan tidak kena pajak (PTKP).

2.1.7 Kewajiban wajib pajak dalam perpajakan

Adapun beberapa kewajiban Pajak dalam Perpajakan antara lain:

1. Kewajiban untuk mendaftarkan diri untuk memiliki NPWP (Nomor Pokjok Wajib Pajak) dan apabila wajib pajak badan melakukan kegiatan penyerahan barang kena pajak dan atau jasa kenapajak atau ekspor barang kena pajak yang terutang PPN berdasarkan UU PPN 1994, maka wajib pajak badan tersebut memiliki kewajiban untuk di kukuhkan menjadi pengusaha kena pajak (PKP). Pada pasal 2 ayat (4) UU No.28 Tahun

2007 menyatakan bahwa Dirjen pajak menerbitkan NPWP dan /atau mengukuhkan PKP secara jabatan apabila WP atau PKP tidak melakukan kewajiban sebagaimana yang di maksud pada ayat (1) dan /atau (2)

2. Kewajiban untuk menyelenggarakan pembukuan sebagaimana yang terdapat pada pasal 28 ayat (1) UU No.28 tahun 2007, yaitu WP orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas dan WP badan Indonesia,wajib menyelenggarakan pembukuan .
3. Kewajiban melakukan pemotongan dan pemungutan, di antaranya
 - a. Kewajiban pajak sendiri (PPh Pasal 25/29);
 - b. Kewajiban memotong atau memungut pajak atau penghasilan orang lain (PPh Pasal 21/26, PPh Pasal 22,PPh Pasal 23/26 , dan PPh final);
 - c. Kewajiban memungut PPN dan / atau PPn BM (jika ada) yang khusus berlaku bagi pengusaha kena pajak.
 - d. Kewajiban menyampaikan surat pemberitahuan (SPT).
 - e. Kewajiban membayar dan menyetorkan pajak.
 - f. Kewajiban membuat factor pajak
 - g. Kewajiban melunasi bea materai.

Sementara kegiatan CSR yang dapat menjadi *tax deductible* terbatas hanya untuk jenis kegiatan tertentu sebagaimana diatur dalam UU No. 36 tahun 2008. UU No. 36 Tahun 2008 tidak secara khusus mengatur perlakuan perpajakan untuk kegiatan CSR,akan tetapi ada beberapa aturan terkait tentang biaya-biaya yang bisa dikurangkan dari penghasilan bruto yaitu yang berkaitan dengan isu konsumen, pengembangan masyarakat, lingkungan, ketenagakerjaan, dan hak asasi manusia. Biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto antara lain biaya promosi,biaya beasiswa, biaya magang, dan pelatihan, biaya kupon

makanan dan minuman bagi pegawai kriteria dan daerah tertentu, beban pengolahan limbah, cadangan biaya.

Inventory intensity atau biasa disebut juga dengan intensitas persediaan merupakan salah satu komponen menyusun komposisi aktiva yang di ukur dengan membandingkan antara total persediaan total asset yang dimiliki perusahaan. (Zimmerman,1983, p.130) dalam Richarson dan Lanis (2012) dan Costa et al (2012) menyatakan bahwa *investory intensity* merupakan substitusi dari *capital intensity*. Perusahaan yang memiliki intensitas yang tinggi biasanya memiliki ETR yang tinggi. Hal ini karena perusahaan yang berinvestasi dalam bentuk persediaan tidak dapat melakukan hal yang serupa ketika perusahaan intensitas modal yang tinggi yakni dalam hal depresiasi yang dapat dijadikan pengurang dalam penghasilan kena pajak.

2.2 Penelitian Terdahulu

- a. Penelitian yang dilakukan oleh Tola (2017) yang berjudul “ Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap agresivitas pajak”. Secara empiris hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap agresivitas pajak.
- b. Utami (2021) melakukan penelitian yang berjudul “Dampak Corporate Social Responsibility terhadap Agresivitas pajak”. Dengan hasil, variabel pengungkapan *corporate social responsibility* berdampak negatif terhadap agresivitas pajak.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan Landasan teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini ingin dilaksanakan untuk menguji Analisis CSR terhadap Agresivitas Pajak. Oleh karena itu dibuat kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

Gambar 2.1 Memberikan gambaran singkat mengenai penelitian ini, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, sebagai objek penelitian yang melakukan kegiatan *corporate social responsibility*, yang berdampak pada agresivitas pajak perusahaan sehingga hasil studi ini dapat memberikan kesimpulan dan saran kepada perusahaan serta dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan *corporate social responsibility*.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Metode penelitian adalah suatu pendekatan yang digunakan dalam melakukan pengumpulan data penelitian. Metode penelitian pada umumnya adalah sebuah prosedur yang bersifat ilmiah dalam mendapatkan data yang ingin digunakan untuk kepentingan tertentu. Data diperoleh dengan menggunakan aturan yang sesuai untuk menghasilkan data yang valid dan dapat layak untuk di olah.

Pada penelitian ini, metode penelitian yang akan digunakan adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan sekumpulan fakta terkait dengan suatu hal yang dijabarkan dalam bentuk angka, kemudai dilakukan analisis dengan pendekatan statistika dalam tahap mengatur, mengolah, penyajian data, serta menganalisis untuk menghasilkan gambaran tentang suatu keadaan dalam lingkup populasi tertentu.

Berdasarkan karakteristik masalah yang telah dijelaskan maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif.

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sedangkan waktu yang dibutuhkan selama penelitian dimulai dari pengumpulan data hingga rampungnya data adalah kurang lebih satu bulan pada bulan April 2023

3.3 Jenis Dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif (komparatif) yang berupa laporan keuangan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk di ambil dari idx.co.id

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Tahun 2017-2021 di ambil dari idx.co.id

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Untuk membantu penulis dalam memperoleh informasi dan data-data yang akan digunakan sebagai bahan dalam penulisan ini, maka penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian Lapangan

Yaitu dengan cara pengambilan data di Bursa Efek Indonesia (BEI) di idx.co.id

2. Metode Studi Kepustakaan

Yaitu dengan melakukan telah pustaka, eksplorasi dan mengkaji berbagai literatur pustaka seperti buku-buku, jurnal, masalah literatur, dan sumber-sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

3. Metode Dokumentasi

Yaitu metode dengan mencatat dan mengumpulkan data sekunder yang berupa laporan keuangan perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia (persero) Tbk

3.5 Analisis Data

1. *Corporate social responsibility* (CSR)

Corporate Social Responsibility merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan kepada lingkungan sebagai bentuk tanggung

jawab sosial terhadap lingkungan sekitar diluar dari kegiatan utama perusahaan.

2. Agresivitas pajak

Agresivitas pajak merupakan usaha-usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi beban pajak. Penelitian ini mengukur agresivitas pajak dan proksi utama dri penelitian ini adalah *Effective Tax Rate* (ETR) yang dihitung dari:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

ETR menggambarkan presentase total beban pajak perusahaan yang dibayar dari seluruh total Laba sebelum pajak yang dimiliki perusahaan. Semakin kecil/rendah nilai ETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak.

Teknik analisa data merupakan suatu langkah yang paling menentukan dari suatu penelitian, karena analisa data berfungsi untuk menyimpulkan hasil penelitian. Data diperoleh dengan mengukur nilai satu atau lebih. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif (komparatif).

Dengan menggambarkan biaya *corporate social responsibility* perusahaan dan mencari tingkat agresivitas pajak. Melalui *Tax Planning* CSR sebagai pengurangan pajak terutang yang akan mengurangi jumlah beban pajak secara rill bagi perusahaan yang melaksanakannya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Umum Unit Penelitian

4.1.1 Sejarah PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk adalah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang jasa Telekomunikasi. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk menyediakan sarana dan jasa layanan Telekomunikasi dan informasi kepada masyarakat luas sampai ke pelosok daerah di seluruh Indonesia. PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk di Indonesia pertama kali berawal dari sebuah badan usaha swasta penyediaan layanan pos dan telegraf yang didirikan kolonial Belanda pada tahun 1882. Pada tahun 1905 pemerintah kolonial Belanda mendirikan perusahaan Telekomunikasi sebanyak tiga puluh delapan perusahaan. Kemudian pada tahun 1906 pemerintah Hindia Belanda membentuk suatu jawatan Pos, Telegraf dan Telepon (Post, Telegraph en Telephone Dienst/ PTT).

Pada tahun 1961 status jawatan diubah menjadi perusahaan, Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Kemudian pada tahun 1965 pemerintah memisahkannya menjadi perusahaan Negara Pos dan Giro (PN Pos dan Giro) dan perusahaan Negara Telekomunikasi (PN Telekomunikasi). Perusahaan perusahaan menyelenggarakan Negara Umum yang Telekomunikasi Nasional dan Internasional. Pada tahun 1980, Indonesia mendirikan suatu badan usaha untuk jasa Telekomunikasi Internasional yang bernama PT Indonesian *Satellite Corporation* (INDOSAT) yang terpisah dari PERUMTEL.

Pada tahun 1989 pemerintah Indonesia mengeluarkan UU No.3/ 1989 mengenai Telekomunikasi, yang isinya tentang peran swasta dalam penyelenggaraan Telekomunikasi. Pada tahun 1991 PERUMTEL berubah bentuk

menjadi perusahaan perseroan (Persero) Telekomunikasi Indonesia berdasarkan PP No.25/ 1991 sampai sekarang. perubahan di lingkungan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk terus berlanjut mulai dari perusahaan jawatan sampai perusahaan public. perubahan-perubahan besar terjadi pada tahun 1995 meliputi (1) Restrukturisasi Internal; (2) Kerjasama Internal; (3) Intial Publik Offering (IPO). Jenis usaha PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk adalah penyelenggara jasa. Pada tanggal 1 Juli 1995 organisasi PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk berhasil menrekstruktur jenis jasa Telekomunikasi menjadi tujuh divisi regional dan satu divisi network yang keduanya mengelola bidang usaha utama.

Di luar layanan telekomunikasi, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk juga berbisnis di bidang multimedia berupa konten dan aplikasi, melengkapi portofolio bisnis perusahaan yang disebut TIMES. Bisnis telekomunikasi adalah fundamental platform bisnis perusahaan yang bersifat legacy, sedangkan portofolio bisnis lainnya disebut sebagai bisnis *new wave* yang mengarahkan perusahaan untuk terusberinovasi pada produk berbasis kreatif digital.

4.1.2 VISI DAN MISI

a. VISI

Menjadi digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat.

b. MISI

- 1) Mempercepat pembangunan infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses seluruh masyarakat.
- 2) Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa.
- 3) Mengorkestrasi ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik.

4.1.3 Tanggung jawab social perusahaan

PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk berkomitmen untuk melaksanakan bisnis yang beretika, sehingga terjalin hubungan yang fair dan sehat dengan seluruh stakeholder perusahaan. Komitmen dan tatakelola bisnis yang beretika ditelkom, tertuang pada kebijakan direksi nomor PD.201.01/r,.00/PS150/COP-B0400000/2014 Tanggal 6 mei 2014 tentang etika bisnis dilingkungan Telkom group.

Selama tahun 2019, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk melaksanakan berbagai program CSR-PR yang sebagian berfokus pada pendidikan. Melalui infrastruktur dan pelayanan terbaik, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk mendukung generasi muda untuk mendapatkan pendidikan yang layak, membantu guru meningkatkan kompetensi khususnya terkait digital dan meningkatkan sarana pendidikan di sekolah-sekolah. Sejak tahun 2000, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk memulai program internet goes to school yang tersebar di lebih dari 70.000 sekolah di Indonesia. Komitmen PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk untuk meningkatkan kompetensi dilakukan dengan menghadirkan program bagimu guru kupersembahkan dan Indonesia digital learning. Telkom juga mengapresiasi guru-guru melalui penghargaan *my teacher my hero!* sebagai program penghargaan bagi guru-guru berprestasi dalam pemanfaatan ICT didunia pendidikan.

Bagi PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, program kemitraan dan Program bina lingkungan (PKBL) menjadi salah satu upayah untuk mengelola dampak dari kebijakan dan kegiatan operasional terhadap masyarakat dan lingkungan alam secara berkesinambungan. Program kemitraan (PK) merupakan amanat pemerintah untuk menyalurkan dana pinjaman kepada usaha mikro dan kecil serta meningkatkan kapasitas mitra binaan, sedangkan program bina

lingkungan (BL) merupakan pemberdayaan kondisi social masyarakat yang terdiri dari dari tujuh objek bantuan, yaitu:

- a. Bantuan korban bencana alam.
- b. Bantuan pendidikan.
- c. Bantuan peningkatan kesehatan.
- d. Bantuan pengembangan prasarana atau sarana umum.
- e. Bantuan sarana Ibadah.
- f. Bantuan pelestarian alam.
- g. Bantuan social kemasyarakatan dama rangka pengetntasan kemiskinan.

4.2 Hasil Penelitian

Analisis data yang digunakan adalah Analisis deskriptif kuantitatif komparatif dengan menggunakan bantuan rumus *Effective Tax Rates* (ETR) dengan melakukan perbandingan antara biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk dan hasil dari rumus ETR yang menunjukkan tingkat agresivitas perusahaan selama tiga periode yaitu 2017-2021.

1. Perhitungan data *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dialokasikan PT Telekomunikasi Indonesia (persero) Tbk periode 2017-2021 sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap *Stakeholder*, PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk mengalokasikan dana CSR periode 2017-2021 untuk membiayai kegiatan CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk sebagai berikut :

- a. Bantuan korban bencana alam.
- b. Bantuan pendidikan.
- c. Bantuan peningkatan kesehatan.
- d. Bantuan pengembangan prasarana atau sarana umum.
- e. Bantuan sarana Ibadah.

- f. Bantuan pelestarian alam.
- g. Bantuan social kemasyarakatan dama rangka pengetntasan kemiskinan.

Tabel 4.1
Data Biaya CSR Tahun 2017-2021
Pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk
(dalam Rupiah)

Tahun	Total CSR
2017	Rp 28.500.000.000
2018	Rp 39.800.000.000
2019	Rp 48.500.000.000
2020	Rp 50.750.000.000
2021	Rp. 125.000.000.000

Sumber : PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk

Dari tabel 4.1 dapat dilihat bahwa biaya *corporate social responsibility* (CSR) yang terdapat di PT Telekomunikasi Indonesia (persero) Tbk selama empat tahun berturut-turut mengalami kenaikan. Pada tahun 20017 jumlah biaya CSR sebesar Rp. 28.500.000.000, pada tahun 2018 naik menjadi Rp. 39.800.000.000, pada tahun 2019 mengalami kenaikan menjadi Rp. 48.500.000.000, pada tahun 2020 mengalami kenaikan menjadi Rp. 58.750.000.000 dan pada tahun 2021 mengalami kenaikan menjadi Rp. 125.000.000.000.

2. Perhitungan Agresivitas Pajak Perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia (persero) Tbk

Untuk mengukur Agresivitas pajak PT Telekomunikasi Indonesia (persero) Tbk periode 2017-2021, adapun kunci utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Effective Tax Rate* (ETR) yang dihitung dari:

$$\text{ETR} = \frac{\text{Beban pajak penghasilan}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

ETR menggambarkan total beban pajak penghasilan yang dibayarkan perusahaan dari seluruh total pendapatan sebelum pajak yang diperoleh

perusahaan. Semakin rendah nilai ETR (mendekati 0) maka perusahaan dianggap semakin agresif terhadap pajak.

Tabel 4.2
Data Beban Pajak Penghasilan dan Pendapatan Sebelum Pajak
Tahun 2017-2021 Pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk.
(dalam Rupiah)

No	Tahun	Beban Pajak Penghasilan	Laba Sebelum Pajak
1	2017	9.958.000.000	42.659.000.000
2	2018	9.426.000.000	36.405.000.000
3	2019	10.316.000.000	37.908.000.000
4	2020	9.212.000.000	38.775.000.000
5	2021	9.730.000.000	43.678.000.000

Sumber: PT Telekomunikasi Indonesia dan data diolah (2023)

a. Periode 2017-2021 :

$$\begin{aligned} \text{ETR 2017} &= \frac{\text{Rp } 9.958.000.000}{\text{Rp } 42.659.000.000} \\ &= 0,23 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ETR 2018} &= \frac{\text{Rp } 9.426.000.000}{\text{Rp } 36.405.000.000} \\ &= 0,25 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ETR 2019} &= \frac{\text{Rp } 10.316.000.000}{\text{Rp } 37.908.000.000} \\ &= 0,27 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ETR 2020} &= \frac{\text{Rp. } 9.212.000.000}{\text{Rp.}38.775.000.000} \\ &= 0.23 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{ETR 2021} &= \frac{\text{Rp. } 9.730.000.000}{\text{Rp. } 43.678.000.000} \\ &= 0,22 \end{aligned}$$

Tabel 4.3
Rekap Perhitungan ETR

Tahun	Effective Tax Rate
2017	0,23
2018	0,25
2019	0,27
2020	0.23
2021	0.22

Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia dan data diolah (2023)

Dari tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai ETR perusahaan pada tahun 2017 adalah 0,23, pada tahun 2018 nilai ETR Perusahaan adalah 0,25, pada tahun 2019 nilai ETR perusahaan adalah 0,27, Pada tahun 2020 nilai ETR perusahaan adalah 0,23 dan pada tahun 2021 nilai ETR perusahaan adalah 0,22. Berdasarkan uraian di atas perbandingan antara dana CSR yang dikeluarkan perusahaan dan tingkat agresivitas PT. Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk untuk tahun 2017-2021.

4.3 PEMBAHASAN

4.3.1 Perbandingan Antara Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dengan *Effective Tax Rate* (ETR)

Tabel 4.4
Perbandingan Biaya CSR dan Agresivitas Pajak
PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk Tahun 2017-2021
(dalam Rupiah)

Tahun	PT Telekomunikasi Indonesia	
	<i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Effective Tax Rates</i>
2017	28.500.000.000	0,23
2018	39.800.000.000	0,25
2019	48.500.000.000	0,27
2020	50.750.000.000	0,23
2021	125.000.000.000	0,22

Sumber: PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk dan data diolah(2023)

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di PT Telekomunikasi Indonesia yaitu perusahaan informasi dan komunikasi serta penyedia jasa dan jaringan telekomunikasi milik Negara Indonesia yang memiliki koneksi Infrastruktur

(telekomunikasi) hingga Amerika Serikat, memiliki (saham) telkomsel yang kuat (dibisnis telekomunikasi) dan pemimpin di bisnis seluler. Sebagai bentuk tanggung jawab PT Telekomunikasi Indonesia maka dalam aktivitasnya menganggarkan dana CSR. Perusahaan akan melakukan *Tax Planning* yang bertujuan untuk meminimalkan pajak terutang untuk memaksimalkan laba perusahaan sebelum pajak. Dari hasil penelitian dengan menggunakan teknik analisis kuantitatif (komparatif) dengan membandingkan dana CSR yang dikeluarkan PT Telekomunikasi Indonesia dan Agresivitas pajak yang dihitung dari laporan laba rugi perusahaan.

Dari tabel 4.1 dapat di lihat bahwa biaya CSR yang di keluarkan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk pada tahun 2017 adalah sebesar Rp. 28.500.000.000, pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 39.800.000.000, pada tahun 2019 juga mengalami kenaikan menjadi Rp 48.500.000.000, pada tahun 2020 juga mengalami kenaikan menjadi Rp.50.750.000.000 dan pada tahun 2021 juga mengalami kenaikan menjadi Rp. 125.000.000.000. Dari tabel 4.2 yaitu Nilai *Effective Tax Rate* yang merupakan alat analisis yang di gunakan untuk mengetahui tingkat Agresivitas perusahaan yang mana beban pajak penghasilan perusahaan dibagi dengan pendapatan sebelum pajak perusahaan.apabila hasil nilai dari ETR perusahaan semakin kecil maka perusahaan semakin agresif terhadap pajak. Pada tabel 4.2 tahun 2017 nilai ETR perusahaan yaitu 0,23 pada tahun 2018 nilai ETR 0,25, pada tahun 2019 nilai ETR 0,27, pada tahun 2020 nilai ETR 0'23 dan pada tahun 2021 nilai ETR 0,22.

Data yang terdapat dalam tabel 4.1 dan tabel 4.2 dapat dibandingkan antara dana CSR yang dianggarkan perusahaan dan tingkat agresivitas yang diukur menggunakan ETR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk. Pada tahun 2017 sampai 2021, yang dapat dilihat dalam tabel 4.4 dimana tabel ini menunjukkan pada tahun 2017 desngan dana CSR yang dianggarkan PT

Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk sebesar RP 28.500.000.000 dan pada tahun yang sama tingkat agresivitas perusahaan 0,23, pada tahun 2018 dana CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk adalah Rp 39.800.000.000 dengan tingkat agresivitas sebesar 0,25 pada tahun 2019 biaya CSR yang dianggarkan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk adalah Rp. 48.500.000.000 dengan tingkat agresivitas sebesar 0,27 pada tahun 2020 dana CSR yang di anggarkan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk adalah Rp 50.750.000.000 dengan tingkat agresivitas sebesar 0,23 dan pada tahun 2021 dana CSR pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk adalah Rp 125.000.000.000 dengan tingkat agresivitas sebesar 0,22. Dapat dilihat bahwa semakin tinggi dana CSR yang dikeluarkan maka hasil ETR semakin jauh dari angka 0 yang menunjukkan semakin tinggi level kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin rendah tingkat Agresivitas pajak perusahaan.

Hasil penelitian sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu Utami (2021) yang mengungkapkan bahwa CSR memiliki pengaruh negative terhadap agresivitas pajak, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi level kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan maka semakin rendah tingkat agresivitas pajak perusahaan.

4.3.2 Klarifikasi Tabel Perbandingan Biaya *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dengan *Effective Tax Rate* (ETR)

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.4 menunjukkan hasil yang tidak konsisten di mana pada tahun 2017-2018-2019, mengalami peningkatan ETR yang seharusnya mengalami penurunan jika hanya berdasarkan pada pertimbangan biaya CSR karena biaya CSR 2017-2018-2019 mengalami peningkatan.

Oleh karena itu dilihat dari laba-rugi pada tahun 2017-2018-2019 mengalami peningkatan dan hasil ETR tidak sepenuhnya di pengaruhi oleh CSR.

Oleh karena itu beberapa faktor yang mempengaruhi kenaikan ETR di Tahun 2017-2018-2019 yaitu :

1. Biaya CSR
2. Beban operasional, pemeliharaan dan jasa komunikasi
3. Beban karyawan
4. Beban interkoneksi
5. Beban umum dan administrasi
6. Beban pemasaran
7. Laba selis kurs – bersih
8. Penghasilan lain
9. Beban lain

Faktor tersebut berdasarkan dengan UU No. 36 tahun 2008. UU No. 36 Tahun 2008 tidak secara khusus mengatur perlakuan perpajakan untuk kegiatan CSR, akan tetapi ada beberapa aturan terkait tentang biaya-biaya yang bisa dikurangkan dari penghasilan bruto yaitu yang berkaitan dengan isu konsumen, pengembangan masyarakat, lingkungan, ketenagakerjaan, dan hak asasi manusia. Biaya yang dapat dikurangkan dari penghasilan bruto antara lain biaya promosi, biaya beasiswa, biaya magang, dan pelatihan, biaya kupon makanan dan minuman bagi pegawai kriteria dan daerah tertentu, beban pengolahan limbah, cadangan biaya.

Kemudian pada dua tahun terakhir 2020-2021 PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk mengalami penurunan ETR. Hal itu sejalan dengan biaya CSR yang cukup besar. Peningkatan alokasi dana CSR dimana pada tahun 2020-2021 atas peristiwa yang luar biasa sehingga PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, ikut serta membantu perekonomian masyarakat saat Covid-19 melanda Indonesia, dan bantuan yang di salurkan yaitu bantuan di bidang

pendidikan yang berupa kuota gratis/kuota belajar untuk memberikan keringan untuk melakukan belajar online .

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian pada PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk, maka ditarik kesimpulan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap agresivitas pajak. Dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif (komparatif), yaitu dengan membandingkan biaya CSR PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk dengan Agresivitas perusahaan menggunakan alat ukur *Effective Tax Rate* (ETR), menunjukkan hasil ETR tidak sepenuhnya di pengaruhi oleh CSR . Maka dari itu hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa kegiatan CSR tidak seiring dengan agresivitas terhadap Pajak. Dimana ketika dana CSR semakin besar maka tingkat agresivitas yang rendah. Namun hasilnya tidak konsisten disebabkan oleh faktor selain biaya CSR.

5.2 Saran

Setelah menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan, maka penulis mengajukansaran terkait hasil yang didapat yaitu:

1. Bagi pemerintah, yaitu agar dapat meningkatkan dan mendukung kegiatan CSR secara terus menerus sehingga ekonomi masyarakat sekitar dan tenaga kerja serta lingkungan terus menerus berkembang secara berkelanjutan dan dapat member dampak yang positif bagi perekonomian masyarakat serta dapat mencari upaya pencegahan seperti memberikan batasan besaran insentif pajak atas utang pajak dan mendorong perusahaan untuk tetap bersikap transparan dalam melaporkan keuangannya
2. Bagi investor yang ingin menanamkan modalnya kepada perusahaan yang bdalam operasionalnya menerapkan kegiatan *Corporate Social*

Responsibility (CSR) yang tidak hanya peduli kepada *shareholdertetapi* juga kepada *Stakeholder*. Hal itu dikarenakan perusahaan yang menerapkan CSR ternyata terindikasi memiliki tingkat agresivitas pajak perusahaan yang rendah.perbaiki sarannya, harus sejalan dgn kesimpulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriati, Lilis (2012) **“Analisis Implementasi Pengelolaan *corporate social responsibility* Terhadap Kinerja Keuangan pada PT. Semen Tonasa”**, Makassar: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Nitro.
- Ebert, Ronald J dan Ricky W. Griffin (2015) **“Pengantar Bisnis”** Edisi 10. Jakarta: Erlangga.
- Ilham, Hairul (2018) **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Kinerja Keuangan Terhadap Harga saham Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”**, Makassar: Sekolah Tinggi Manajemen Nitro.
- Kuncoro, Mudrajat (2013) **“Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi”**. edisi 4. Jakarta: Erlangga
- Lanis dan Richardson (2012) **“*Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness An Empirical analysis*”**, Semarang: universitas Diponegoro.
- Muriani (2019) **“Pengaruh *Leverage, Likuiditas, Capital Intensity* Dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak”**. Riau: Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim.
- Pearch, John A dan Richard Robinson. (2013) **“Manajemen Strategis Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian”** Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Pradipta, Reza Hanung dan Basuki Hadiprajitno (2015) **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dalam Prespektif Lingkungan Terhadap Manajemen Laba”** Semarang: Universitas Diponegoro.
- Randing, Indri (2015) **“Pengaruh Dana *Corporate Social Responsibility* Terhadap Pendapatan Masyarakat di Sekitar Pabrik PT. Semen Tonasa”**. Makassar: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Nitro.
- Robbins, Stephen P dan Mary Coulter (2010) **“Manajemen”**. Edisi 10. Jakarta: Erlangga
- Sari dan Martani (2010) **“ *Ownership Characteristics, Corporate Governance, and Tax Aggressiveness*”** Depok: Universitas Indonesia.
- Sudiro, Achmad (2018) **“Perilaku Organisasi”**. Jakarta: Bumi Aksara.
- Tola, Jeanie (2017) **“Dampak *Corporate Social Responsibility* Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan PT. Indo Acidama (persero) Tbk”** Makassar: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Nitro
- Urip, Sri (2010) **“ *Corporate Social Responsibility*”**. Singapura: Saik Wah Pres

Utami, Angrelia Pratiwi (2021) “ **Dampak *Corporate Social Responsibility Terhadap Agresivitas Pajak Perusahaan PT Semen Tonasa***” Makassar: Institut Bisnis dan Keuangan Nitro

Watson, Luke (2011) “ ***Corporate Social Responsibility an Tax Aggresiveness: an Examination Unrecognized Tax Benefit***” Amerika Serikat: Villanova University

www.idx.co.id

**L
A
M
P
I
R
A
N**

**Data laporan CSR pada PT Telekomunikasi Indonesia Persero) Tbk
pada Tahun 2017-2021**

SOCIAL RESPONSIBILITY

Customer Experience

NPS Score	2019		2018	
	2H 2019	1H 2019	2H 2018	1H 2018
Telkom	43	41	39	39
Point Increase	2	2	0	-

Social Contribution

Description	2019	2018	2017
	Rp (billion)		
Partnership & Community Development Program	368.70	395.86	395.58
Partnership Program	253.44	279.98	303.67
Community Development Program	15.26	105.88	81.91
Corporate Social Responsibility	49.50	39.80	28.50
Total	418.20	425.66	414.08

Energy and Water Consumption

Description	Unit	2019	2018	2017
Fixed Network (STO)	kWh	310,351,518	327,744,883	338,902,852
Operational Building	kWh	73,244,675	71,226,285	69,556,971
Cellular Network (BTS)	kWh	1,776,077,129	1,679,150,702	1,549,658,684
Total Electricity Consumption	kWh	2,159,673,322	2,078,121,870	1,958,118,507
Water Consumption	m ³	1,881,747	1,779,662	2,034,740
Total Water Consumption	m³	1,881,747	1,779,662	2,034,740
Fixed Network (STO)	Litre	1,583,986	N/A	N/A
Operational Vehicle	Litre	1,463,650	4,799,513	2,545,689
Cellular Network (BTS)	Litre	± 10,000,000	± 12,000,000	± 15,000,000
Total Fuel Consumption	Litre	± 13,047,636	± 16,799,513	± 17,545,689

*Electricity consumption includes STO, BTS, and building operations
 *Fuel consumption includes STO, BTS, and operational vehicles
 *Water consumption includes domestic purposes

TANGGUNG JAWAB SOSIAL

CUSTOMER EXPERIENCE

Skor NPS	2020		2019	
	2H 2020	1H 2020	2H 2019	1H 2019
Telkom	45	43	43	41
Kenalkan Poin	2	0	2	2

KONTRIBUSI KEPADA MASYARAKAT

Uraian	2020	2019	2018
	Rp (miliar)		
Program Kemitraan dan Bina Lingkungan	346,39	368,70	385,86
Program Kemitraan	221,66	253,44	279,98
Program Bina Lingkungan	124,73	115,26	105,88
Corporate Social Responsibility	50,75	49,50	39,80
Total	397,14	418,20	425,66

PENGUNAAN AIR DAN ENERGI

Uraian	Satuan	2020	2019****	2018****
Jaringan Tetap (STO)	kWh	287.927.905	323.667.742	338.596.501
Operasional Gedung*	kWh	71.981.976	80.916.935	84.649.125
Jaringan Sekuler (BTS)	kWh	1.889.032.157	1.776.077.129	1.679.150.702
Data Center	kWh	64.358.862	54.191.239	43.042.256
Data Center Sigma	kWh	62.736.741	52.821.841	41.801.266
Data Center Telin di Hong Kong	kWh	251.241	90.678	18.430
Data Center Telin di Timor Leste	kWh	1.370.880	1.278.720	1.222.560
Jumlah Pemakaian Listrik	kWh	2.313.300.900	2.234.853.045	2.145.438.584
Konsumsi Air**	m ³	1.588.177	1.881.747	1.779.662
Jumlah Konsumsi Air	m ³	1.588.177	1.881.747	1.779.662
Jaringan Tetap (STO)	Liter	1.082.622	1.583.986	N/A
Kendaraan Operasional***	Liter	2.100.567	1.463.650	4.799.513
Jaringan Sekuler (BTS)	Liter	9.979.993	10.246.811 ±	12.000.000
Data Center Sigma	Liter	18.215	16.642	27.230
Data Center Telin di Timor Leste	Liter	9.000	10.000	12.000
Jumlah Konsumsi BBM	Liter	13.190.397	13.321.089 ±	16.838.743

Walaupun

* Pengunaan listrik operasional gedung yang dikelola oleh Telkom Property.

** Pengunaan air untuk kebutuhan domestik di gedung yang dikelola Telkom Property.

*** Pengunaan BBM kendaraan operasional yang dikelola oleh Telkom Property.

**** Disajikan kembali.

EMISI KARBON

Uraian	Unit	2020	2019
Emisi Karbon dari Konsumsi Listrik*	KgCO ₂ /TJ	800.309.579	773.169.759
Emisi Karbon dari Konsumsi BBM**	KgCO ₂ /liter	34.453.894	35.061.450
Total Emisi Karbon		834.763.473	808.231.209
Peningkatan Emisi Karbon dari Konsumsi Listrik	Ton CO ₂ eq	27.140	30.934
Penurunan Emisi Karbon dari Konsumsi BBM	Ton CO ₂ eq	608	8.065

No.	Jenis Program	Perubahan	2021	2020	2019
1.	Program Pendanaan UMK	-2,47	220	225,58	265,00
2.	Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan	0,2	125	124,74	118,93
Jumlah Total		-1,51	345	350,32	383,93

Data Pajak penghasilan Badan PT Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk pada Tahun 2017-2021

PERUSAHAAN PERSEROAN (PERSERO)			
PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk. DAN ENTITAS ANAKNYA			
LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN KONSOLIDASIAN			
Untuk Tahun yang Berakhir pada Tanggal 31 Desember 2018			
(Angka dalam tabel dinyatakan dalam millaran Rupiah, kecuali dinyatakan lain)			
	Catatan	2018	2017
PENDAPATAN	2c,2r,22,31	130.784	128.256
Beban operasi, pemeliharaan dan jasa telekomunikasi	2c,2r,24,31	(43.791)	(36.603)
Beban penyusutan dan amortisasi	2k,2l,2m,9,11	(21.406)	(20.446)
Beban karyawan	2c,2r,2s,23,31	(13.178)	(13.529)
Beban interkoneksi	2c,2r,31	(4.283)	(2.987)
Beban umum dan administrasi	2c,2r,25,31	(6.137)	(5.260)
Beban pemasaran	2c,2r,31	(4.214)	(5.268)
Laba selisih kurs - bersih	2q	68	51
Penghasilan lain-lain	2l,2r,9c	1.752	1.039
Beban lain-lain	2r,9c	(750)	(1.320)
LABA USAHA		38.845	43.933
Penghasilan pendanaan	2c,31	1.014	1.434
Biaya pendanaan	2c,2p,2r,31	(3.507)	(2.769)
Bagian laba bersih entitas asosiasi	2l,8	53	61
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN		36.405	42.659
(BEBAN) MANFAAT PAJAK PENGHASILAN	2l,26		
Pajak kini		(9.432)	(11.357)
Pajak tangguhan		6	1.399
		(9.426)	(9.958)
LABA TAHUN BERJALAN		26.979	32.701
PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN			
<i>Penghasilan komprehensif lain yang akan direklasifikasikan ke laba rugi pada periode berikutnya:</i>			
Selisih kurs penjabaran laporan keuangan	2f,2q,21	146	24
Perubahan bersih nilai wajar aset keuangan tersedia untuk dijual	2u,21	(10)	20
Bagian penghasilan komprehensif lain entitas asosiasi	2f,8	(14)	(1)
<i>Penghasilan komprehensif lain yang tidak akan direklasifikasikan ke laba rugi pada periode berikutnya:</i>			
Laba (rugi) aktuaris - bersih	2s,29	4.820	(2.375)
Penghasilan komprehensif lain - bersih		4.942	(2.332)
JUMLAH LABA KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN		31.921	30.369
Laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada:			
Pemilik entitas induk		18.032	22.145
Kepentingan nonpengendali	2b,17	8.947	10.556
		26.979	32.701
Jumlah laba komprehensif tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada:			
Pemilik entitas induk		22.844	19.952
Kepentingan nonpengendali	2b	9.077	10.417
		31.921	30.369
LABA PER SAHAM DASAR			
(dalam jumlah penuh)	2x,27		
Laba bersih per saham		182,03	223,55
Laba bersih per ADS (100 saham Seri B per ADS)		18.202,70	22.354,64

[3312000] Statement of profit or loss and other comprehensive income, OCI components presented net of tax, by nature - Infrastructure Industry

Laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif lain	Statement of profit or loss and other comprehensive income		
	31 December 2019	31 December 2018	
Penjualan dan pendapatan usaha	135,567	130,784	Sales and revenue
Pendapatan lainnya	826	1,002	Other income
Beban interkoneksi	(5,077)	(4,283)	Interconnection expenses
Beban tiket, penjualan, dan promosi	(3,724)	(4,214)	Ticketing, sales and promotion expenses
Beban operasional jaringan	(42,226)	(43,791)	Network operation expenses
Beban manfaat karyawan	(13,012)	(13,178)	Employee benefits expenses
Beban penyusutan dan amortisasi	(23,178)	(21,406)	Depreciation and amortisation expenses
Beban lainnya	(6,696)	(6,137)	Other expenses
Keuntungan (kerugian) lainnya	(86)	68	Other gains (losses)
Pendapatan keuangan	1,092	1,014	Finance income
Beban keuangan	(4,240)	(3,507)	Finance costs
Bagian atas laba (rugi) entitas asosiasi yang dicatat dengan menggunakan metode ekuitas	(1,338)	53	Share of profit (loss) of associates accounted for using equity method
Jumlah laba (rugi) sebelum pajak penghasilan	37,908	36,405	Total profit (loss) before tax
Pendapatan (beban) pajak	(10,316)	(9,426)	Tax benefit (expenses)
Jumlah laba (rugi) dari operasi yang dilanjutkan	27,592	26,979	Total profit (loss) from continuing operations
Jumlah laba (rugi)	27,592	26,979	Total profit (loss)
Pendapatan komprehensif lainnya, setelah pajak			Other comprehensive income, after tax
Pendapatan komprehensif lainnya yang akan direklasifikasi ke laba rugi, setelah pajak			Other comprehensive income that may be reclassified to profit or loss, after tax
Penyesuaian reklasifikasi selisih kurs penjabaran, setelah pajak	(2,192)	4,942	Reclassification adjustments on exchange differences on translation, after tax
Jumlah pendapatan komprehensif lainnya yang akan direklasifikasi ke laba rugi, setelah pajak	(2,192)	4,942	Total other comprehensive income that may be reclassified to profit or loss, after tax
Jumlah pendapatan komprehensif lainnya, setelah pajak	(2,192)	4,942	Total other comprehensive income, after tax
Jumlah laba rugi komprehensif	25,400	31,921	Total comprehensive income
Laba (rugi) yang dapat diatribusikan			Profit (loss) attributable to
Laba (rugi) yang dapat diatribusikan ke entitas induk	18,663	18,032	Profit (loss) attributable to parent entity
Laba (rugi) yang dapat diatribusikan ke kepentingan non-pengendali	8,929	8,947	Profit (loss) attributable to non-controlling interests
Laba rugi komprehensif yang dapat diatribusikan			Comprehensive income attributable to

PERUSAHAAN PERSEROAN (PERSERO)
PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA Tbk. DAN ENTITAS ANAKNYA
LAPORAN LABA RUGI DAN PENGHASILAN KOMPREHENSIF LAIN KONSOLIDASIAN
untuk Tahun yang Berakhir pada Tanggal 31 Desember 2021
(Angka dalam tabel dinyatakan dalam miliaran Rupiah, kecuali dinyatakan lain)

	Catatan	2021	2020
PENDAPATAN	24,33	143.210	136.462
BIAYA DAN BEBAN			
Beban operasi, pemeliharaan, dan jasa telekomunikasi	26,33	(38.133)	(34.593)
Beban penyusutan dan amortisasi	12,13,15	(31.816)	(28.892)
Beban karyawan	25	(15.524)	(14.390)
Beban interkoneksi	33	(5.181)	(5.406)
Beban umum dan administrasi	27,33	(5.016)	(6.511)
Beban pemasaran	33	(3.633)	(3.482)
Keuntungan yang belum direalisasi dari perubahan nilai wajar atas investasi	10	3.432	129
Penghasilan lain-lain - bersih		174	274
Laba (rugi) selisih kurs - bersih		50	(86)
LABA USAHA		47.563	43.505
Penghasilan pendanaan	33	558	799
Biaya pendanaan	33	(4.365)	(4.520)
Rugi bersih entitas asosiasi	11	(78)	(246)
Rugi penurunan nilai investasi	11	-	(763)
LABA SEBELUM PAJAK PENGHASILAN		43.678	38.775
(BEBAN) MANFAAT PAJAK PENGHASILAN	28d		
Pajak kini		(9.556)	(9.798)
Pajak tangguhan		(174)	586
		(9.730)	(9.212)
LABA TAHUN BERJALAN		33.948	29.563
PENGHASILAN (RUGI) KOMPREHENSIF LAIN			
<i>Penghasilan (rugi) komprehensif lain yang akan direklasifikasikan ke laba rugi pada periode berikutnya:</i>			
Selisih kurs penjabaran laporan keuangan	23	28	15
Perubahan bersih nilai wajar aset keuangan tersedia untuk dijual	23	(2)	3
Bagian penghasilan komprehensif lain entitas asosiasi	11	(1)	1
<i>Penghasilan (rugi) komprehensif lain yang tidak akan direklasifikasikan ke laba rugi pada periode berikutnya:</i>			
Laba (rugi) aktuarial - bersih	31	1.955	(3.596)
Penghasilan (rugi) komprehensif lain - bersih		1.980	(3.577)
JUMLAH LABA KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN		35.928	25.986
Laba tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada:			
Pemilik entitas induk		24.760	20.804
Kepentingan nonpengendali	21	9.188	8.759
		33.948	29.563
Jumlah laba komprehensif tahun berjalan yang dapat diatribusikan kepada:			
Pemilik entitas induk		26.767	17.595
Kepentingan nonpengendali		9.161	8.391
		35.928	25.986
LABA PER SAHAM DASAR			
(dalam jumlah penuh)	29		
Laba bersih per saham		249,94	210,01
Laba bersih per ADS (100 saham Seri B per ADS)		24.994,39	21.000,94

