

Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Regulasi Pemerintah Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI

Berlian Ayu Wulandari^{1*}, Stevanus Gatot Supriyadi²

^{1,2}, Program Studi Akuntansi, Universitas Kahuripan Kediri, Jl. Pb. Sudirman No.25, Plongko, Pare, Kec. Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur,, Indonesia, Kode pos 64212

berlianayuwulandari@gmail.com¹, stevanus@kahuripan.ac.id²

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan regulasi pemerintah terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada perusahaan manufaktur sektor barang dan konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Populasi dalam penelitian ini sebanyak 125 perusahaan dengan periode pengamatan selama tiga tahun, yaitu 2021 hingga 2023. Berdasarkan metode purposive sampling, diperoleh sampel sebanyak 45 perusahaan yang memenuhi kriteria. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Sebaliknya, regulasi pemerintah terbukti berpengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun faktor internal seperti skala usaha dan kinerja keuangan tidak mendorong perusahaan untuk mengungkapkan kegiatan CSR secara luas, keberadaan regulasi yang mengikat dari pemerintah menjadi pendorong utama dalam mendorong keterbukaan informasi sosial perusahaan kepada publik. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya peran pemerintah dalam mendorong tanggung jawab sosial perusahaan melalui peraturan yang tegas dan mengikat. Oleh karena itu, saran yang dapat diberikan adalah agar pemerintah terus memperkuat regulasi CSR dan melakukan pengawasan terhadap implementasinya, sementara perusahaan disarankan untuk tidak hanya patuh terhadap regulasi, tetapi juga menyadari pentingnya CSR sebagai bagian dari strategi jangka panjang dalam membangun citra dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Regulasi Pemerintah, CSR, Pengungkapan, Perusahaan Manufaktur

Abstract: This study aims to analyze the effect of company size, profitability, and government regulation on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure in manufacturing companies in the goods and consumer sectors listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The population in this study was 125 companies with an observation period of three years, namely 2021 to 2023. Based on the purposive sampling method, a sample of 45 companies that met the criteria was obtained. The analysis method used was multiple linear regression. The results of the study showed that company size and profitability did not have a significant effect on CSR disclosure. On the other hand, government regulation was shown to have a significant effect on the level of CSR disclosure by companies. This finding indicates that although internal factors such as business scale and financial performance do not encourage companies to disclose CSR activities widely, the existence of binding regulations from the government is the main driver in encouraging the disclosure of corporate social information to the public. The conclusion of this study emphasizes the importance of the government's role in encouraging corporate social responsibility

through strict and binding regulations. Therefore, the suggestion that can be given is for the government to continue to strengthen CSR regulations and supervise their implementation, while companies are advised not only to comply with regulations, but also to realize the importance of CSR as part of a long-term strategy in building business image and sustainability.

Keywords: *Company Size, Profitability, Government Regulation, CSR, Disclosure, Manufacturing Companies*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi pilar penting dalam praktik bisnis modern di tingkat global. Setiap perusahaan di seluruh dunia diharapkan tidak hanya mematuhi regulasi yang ada, tetapi juga berkontribusi aktif terhadap kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. CSR kini dianggap sebagai bagian integral dari strategi bisnis berkelanjutan yang dapat meningkatkan reputasi merek, menarik minat investor, dan membangun loyalitas pelanggan. Dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, perusahaan yang menerapkan praktik CSR yang efektif cenderung memiliki keunggulan kompetitif dan signifikan (Judijanto et al., 2024).

Namun demikian, penerapan CSR tidak bersifat seragam di semua sektor industri. Tingkat urgensi, bentuk pelaporan, hingga dampaknya terhadap publik sangat dipengaruhi oleh karakteristik sektor masing-masing. Salah satu sektor yang memiliki keterkaitan erat dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah sektor manufaktur, terutama sub-sektor barang dan konsumsi. Hal ini disebabkan oleh posisi strategis sektor tersebut yang berhubungan langsung dengan masyarakat sebagai konsumen, serta intensitas penggunaan sumber daya alam dan produksi limbah yang tinggi, sehingga mendorong ekspektasi publik yang lebih besar terhadap transparansi dan akuntabilitas sosial perusahaan.

Di banyak negara, termasuk negara berkembang seperti Indonesia, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dipandang penting seiring dengan pertumbuhan sektor manufaktur yang pesat. Banyak perusahaan di Indonesia menyadari bahwa keterlibatan dalam inisiatif sosial dan lingkungan tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat, tetapi juga berdampak positif pada kinerja keuangan. Penerapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang relevan dan efektif dapat membantu perusahaan membangun hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan dan meningkatkan legitimasi mereka di masyarakat (Judijanto et al., 2024).

Penelitian oleh Hunafah et al. (2022) menegaskan bahwa keterlibatan dalam inisiatif *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menarik investasi. Dengan demikian, pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* bukan hanya sekedar kewajiban sosial, tetapi juga strategi bisnis yang dapat mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami faktor-faktor yang berperan dalam pengungkapan CSR, seperti ukuran perusahaan, faktor ini sering kali menjadi fokus utama dalam penelitian terkait CSR.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor penting yang sering diteliti dalam konteks pengaruhnya terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Penelitian oleh Lutvia Istiqomah et al. (2022) perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, yang berimplikasi bahwa perusahaan yang lebih besar cenderung lebih transparan dalam pelaporan tanggung jawab sosialnya. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ocín (2021), yang juga menemukan bahwa ukuran perusahaan berhubungan positif dengan pengungkapan CSR, menggarisbawahi

pentingnya ukuran dalam mendorong perusahaan untuk lebih bertanggung jawab secara sosial.

Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Apriyeni et al., 2024) memberikan pandangan berbeda, di mana mereka menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ukuran perusahaan mungkin diharapkan berkontribusi pada peningkatan pengungkapan, dalam beberapa kasus, hal tersebut tidak selalu terjadi. Pendapat tersebut; juga dipertegas oleh penelitian (Yusuf Afrizal, 2024), yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini menantang asumsi umum bahwa perusahaan yang lebih besar selalu lebih baik dalam hal transparansi sosial, dan menunjukkan bahwa ada faktor lain yang mungkin berperan dalam menentukan tingkat pengungkapan CSR. Meskipun perusahaan besar memiliki kapasitas untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, mereka mungkin juga terjebak dalam prioritas jangka pendek yang mengabaikan kepentingan pemangku kepentingan.

Penelitian oleh Lutvia Istiqomah et al., (2022) dan Ocín (2021) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Temuan ini sejalan dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar memiliki lebih banyak pemangku kepentingan yang harus dipertimbangkan, sehingga mereka cenderung lebih transparan dalam melaporkan tanggung jawab sosial mereka. Selain ukuran perusahaan, profitabilitas juga termasuk variabel penting yang menunjukkan saling keterkaitan dan penting. Dalam konteks penelitian yang dilakukan oleh Lutvia Istiqomah et al. (2022) ukuran perusahaan diukur melalui total aset atau penjualan, sedangkan profitabilitas diukur menggunakan rasio laba bersih terhadap total aset.

Profitabilitas juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang lebih menguntungkan cenderung lebih aktif dalam mengungkapkan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hal ini sejalan dengan teori bahwa perusahaan yang memiliki kinerja keuangan yang baik akan lebih mampu berinvestasi dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Perusahaan yang menguntungkan memiliki fleksibilitas untuk mendanai proyek-proyek sosial dan lingkungan yang dapat memberikan dampak positif jangka panjang. Namun, terdapat kesenjangan dalam penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Malisa et al., 2022).

Seperti yang ditemukan oleh Cahyani & Hariyono (2023) Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang kurang menguntungkan mungkin masih berkomitmen untuk melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari tanggung jawab sosial mereka, meskipun dalam skala yang lebih kecil. Hal ini menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami hubungan yang kompleks antara profitabilitas dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian Ali et al. (2021) dan Y. R. Putri & Yuliandhari (2020), sementara menunjukkan hasil negatif. Hal ini mencerminkan kompleksitas hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR, di mana pengaruh profitabilitas mungkin dipengaruhi oleh konteks industri dan faktor-faktor eksternal lainnya.

Regulasi pemerintah juga memainkan peran penting dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), khususnya Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 tentang

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, juga memainkan peran penting dalam mendorong pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Regulasi ini diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk lebih transparan dan untuk mengambil langkah-langkah yang lebih aktif dalam mengelola dampak sosial dan lingkungan (Siddiqui et al., 2023). Namun, implementasi regulasi ini masih menghadapi tantangan, seperti kurangnya mekanisme pengawasan dan sanksi yang tegas terhadap perusahaan yang tidak mematuhi ketentuan (Wijayanti & Hidayatullah, 2022). Penelitian sebelumnya oleh Setiawan et al. (2023) menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap regulasi *Corporate Social Responsibility (CSR)* di sektor manufaktur hanya mencapai 70%, jauh di bawah harapan pemerintah. Rendahnya tingkat kepatuhan ini menunjukkan bahwa meskipun regulasi ada, banyak perusahaan masih belum sepenuhnya memahami. Dengan demikian, penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengidentifikasi sejauh mana regulasi ini efektif dalam mendorong pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Stakeholder

Freeman (1984) menciptakan teori stakeholder, yang menggambarkan seorang atau kelompok yang memiliki kemampuan untuk diperlakukan oleh pencapaian tujuan tertentu. Teori ini menegaskan bahwa perusahaan bukan hanya organisasi yang bertindak hanya untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat kepada semua pihak yang terlibat. Tujuan utama teori ini adalah untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuan yang diinginkannya (Maulana et al., 2023).

Teori stakeholder digunakan sebagai *grand theory* dalam penelitian ini. Menurut teori stakeholder, perusahaan tidak hanya bertindak untuk kepentingannya sendiri. Sebaliknya, Perusahaan harus membantu para pemegang sahamnya. Oleh karena itu, kontribusi yang diberikan oleh para stakeholder kepada semua perusahaan sangat mempengaruhi keberadaan perusahaan tersebut (Iznillah & Rasuli, 2024), mengungkapkan bahwa keberlanjutan hidup bisnis bergantung pada dukungan stakeholder. Oleh karena itu, perusahaan harus aktif mencari dukungan stakeholder. Dengan stakeholder yang lebih kuat, perusahaan lebih siap untuk menyesuaikan diri. Peningkatan sosial dianggap sebagai bagian dari interaksi perusahaan dengan stakeholder mereka.

Teori Legitimasi

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan perlu mendapatkan penerimaan dari masyarakat untuk menjalankan kegiatan bisnisnya secara efektif. Konsep ini berakar pada kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat, yang mengharuskan perusahaan untuk mematuhi norma dan nilai sosial yang berlaku. Dowling, J., & Pfeffer (1975) menekankan pentingnya keselarasan antara aktivitas organisasi dengan harapan masyarakat untuk memperoleh legitimasi, yang dapat meningkatkan keberlanjutan hidup perusahaan.

Dalam konteks pengungkapan tanggung jawab sosial, teori legitimasi menunjukkan bahwa perusahaan harus transparan dalam operasionalnya agar dapat mempertahankan legitimasi di mata publik. Gray, R., Kouhy, R., & Lavers (1996) berpendapat bahwa legitimasi berfungsi sebagai sistem pengelolaan yang berorientasi pada kepentingan masyarakat, sehingga pengungkapan informasi sosial dan lingkungan menjadi kunci untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas.

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Wahyuni, D., & Husaini (2022) mendefinisikan CSR sebagai komitmen berkelanjutan perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup karyawan, komunitas lokal, dan masyarakat. Pratiwi, R. D., & Chariri (2021) menjelaskan CSR sebagai bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap dampak aktivitasnya pada masyarakat dan lingkungan. Dalam penelitian ini, indikator pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengacu pada pedoman *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 4 atau GRI G4, yang merupakan standar internasional dalam pelaporan keberlanjutan. GRI G4 digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mengungkapkan informasi mengenai aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial secara transparan dan sistematis. Hal ini selaras dengan definisi CSR yang dikemukakan oleh Wahyuni dan Husaini (2022), yang menekankan pentingnya kontribusi perusahaan terhadap pembangunan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Selain itu, Pratiwi dan Chariri (2021) menegaskan bahwa CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan atas dampak aktivitasnya terhadap masyarakat dan lingkungan, yang secara konseptual sejalan dengan prinsip-prinsip yang diatur dalam GRI G4. Dengan demikian, penggunaan indeks GRI G4 dalam penelitian ini memungkinkan penilaian yang lebih objektif dan terukur terhadap tingkat pengungkapan CSR oleh perusahaan.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar kecilnya suatu entitas bisnis yang dapat diukur dengan berbagai cara, seperti total aset, total penjualan, jumlah karyawan, dan nilai kapitalisasi pasar. Menurut Siti Nuridah et al. (2023) dalam penelitiannya, ukuran perusahaan mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menghadapi tantangan bisnis. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar umumnya memiliki akses yang lebih baik ke pasar modal, sumber daya manusia yang lebih berkualitas, dan sistem manajemen yang lebih terstruktur. Indikator ukuran perusahaan umumnya mencakup total aset seperti mengukur total kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, menggambarkan volume penjualan yang dihasilkan oleh perusahaan, dan menunjukkan kapasitas sumber daya manusia dalam perusahaan. Ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan menggunakan logaritma natural dari total aset atau total penjualan, yang menunjukkan bahwa semakin besar aset atau penjualan, semakin baik kemampuan investasi dan profitabilitas perusahaan (Nurmansyah et al., 2023). Ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan logaritma natural dari total aset. Pendekatan ini diadopsi berdasarkan penelitian (Ramadhan & Ernaya, 2023). Indikator ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$\text{Rumus: Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Total Aset})$$

Profitabilitas

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Menurut Awliya (2022), profitabilitas mencerminkan kekuatan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dari penjualan, total aset, atau modal yang dimiliki selama periode tertentu. Rasio profitabilitas digunakan untuk menilai efektivitas manajemen secara keseluruhan, yang ditunjukkan oleh tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Dengan demikian, profitabilitas menjadi indikator penting untuk mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan dan potensi pertumbuhan di masa depan. Pada penelitian ini pengukuran profitabilitas menggunakan rasio *Return On Assets* (ROA). Return on Assets (ROA) dipilih sebagai rasio profitabilitas yang paling tepat dalam mengukur

kinerja perusahaan karena ROA memberikan gambaran menyeluruh tentang efisiensi manajemen dalam memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki perusahaan untuk menghasilkan laba. Dibandingkan dengan rasio profitabilitas lain seperti Return on Equity (ROE) atau Net Profit Margin (NPM), ROA bersifat lebih objektif karena tidak dipengaruhi oleh struktur modal atau kebijakan pembiayaan perusahaan (misalnya utang atau ekuitas). ROA memperhitungkan keseluruhan aset – baik yang berasal dari modal sendiri maupun dari pinjaman – sehingga lebih mencerminkan kemampuan riil perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Hal ini sangat relevan dalam konteks penelitian terhadap perusahaan terbuka yang memiliki karakteristik aset dan skala usaha yang berbeda-beda. Oleh karena itu, ROA menjadi pilihan yang lebih unggul untuk menilai kinerja keuangan dalam hubungannya dengan pengungkapan CSR, karena dapat menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menciptakan nilai ekonomi melalui pengelolaan sumber daya yang bertanggung jawab (Pamungkas & Winarsih, 2020; Shenurti et al., 2022). Rumus dari perhitungan ROA adalah sebagai berikut

$$\text{Rumus: Return On Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

Regulasi Pemerintah

Regulasi pemerintah merupakan proses yang melibatkan penyusunan, implementasi, dan penegakan peraturan oleh Lembaga Pemerintah untuk mencapai tujuan bersama dalam masyarakat. Proses ini bertujuan untuk menjaga ketertiban dan keamanan publik serta mencakup berbagai aspek. Penelitian menunjukkan bahwa regulasi yang berkualitas sangat penting untuk mendukung efektivitas sangat penting untuk mendukung efektivitas pemerintahan (Silalahi, 2020). Dalam penelitian ini, regulasi diukur secara dummy, yaitu nilai 1 jika perusahaan tunduk pada peraturan terkait CSR, seperti Undang-Undang atau regulasi khusus sektor tertentu, dan 0 jika tidak. Regulasi ini berperan penting dalam mendorong transparansi dan tanggung jawab sosial perusahaan (Ghozali, I., & Chariri, 2020).

METODE

Penelitian ini dilakukan di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang dijangkau dengan melakukan penelusuran di website resmi www.idx.com dengan menggunakan annual report guna mendapatkan data laporan tahunan pada periode tahun 2021 hingga 2023. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Ahyar, M., Sari, D., & Rahman (2020). Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2021-2023. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh peneliti jika peneliti memiliki pertimbangan-pertimbangan atau kriteria tertentu didalam pengambilan sampelnya (Sugiyono, 2016). Sampel yang diperoleh setelah proses sortir berdasarkan kriteria sampel yakni terdapat 45 perusahaan selama 3 tahun.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan sekaligus menguji pengaruh kausal antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengidentifikasi adanya hubungan statistik antara variabel-variabel yang diteliti, tetapi juga untuk mengevaluasi sejauh mana perubahan pada variabel independen seperti ukuran perusahaan, profitabilitas, dan regulasi pemerintah dapat memengaruhi tingkat pengungkapan Corporate Social

Responsibility (CSR) sebagai variabel dependen. Dengan menggunakan metode ini, hasil penelitian diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor determinan pengungkapan CSR dalam konteks perusahaan publik di Indonesia. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda, yang sebelumnya didahului dengan beberapa uji diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, heteroskedastisitas, autokorelasi, baru kemudian dilanjutkan dengan uji hipotesis yakni uji F dan uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian deskripsi data ini berisi tentang ulasan analisa dari hasil rekapitulasi data sekunder berbentuk Annual Report dan Sustainability Report Perusahaan Sektor Konsumsi yang diambil dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dan kemudian dilakukan rekapitulasi data sesuai dengan variabel dan proxy yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya. Deskripsi selengkapnya sebagai berikut:

Tabel 1

Uji *Descriptive Statistic* Variabel Ukuran Perusahaan

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	135	25,720	32,860	29,19956	1,541495
Valid N (listwise)	135				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel 1 dapat diketahui bahwa nilai ukuran perusahaan sektor konsumsi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan nilai terbesar adalah sebesar 32,860, dan ukuran perusahaan terendah adalah 25,720. Kemudian nilai rata-rata ukuran perusahaan dari perusahaan sektor konsumsi adalah sebesar 29,199. Hal ini dapat disebabkan oleh beragamnya struktur subsektor dalam industri konsumsi, seperti makanan dan minuman, ritel, farmasi, dan barang konsumsi lainnya, yang memiliki karakteristik aset dan kebutuhan modal yang berbeda. Perusahaan dengan aset besar umumnya merupakan entitas yang sudah lama berdiri, memiliki tingkat kapitalisasi yang tinggi, serta menerapkan strategi ekspansi agresif, baik melalui pembukaan cabang maupun diversifikasi usaha. Sementara itu, perusahaan dengan ukuran lebih kecil kemungkinan masih berada pada tahap pengembangan, menerapkan strategi yang lebih konservatif, atau beroperasi dalam ceruk pasar yang sempit. Selain itu, akses terhadap sumber pendanaan eksternal dan tingkat kepercayaan pasar juga turut memengaruhi kemampuan perusahaan dalam meningkatkan ukuran asetnya. Oleh karena itu, variasi nilai ukuran ini merupakan konsekuensi logis dari perbedaan model bisnis, usia perusahaan, dan strategi pertumbuhan masing-masing entitas dalam sektor konsumsi.

Tabel 2

Uji *Descriptive Statistic* Variabel Profitabilitas (ROA)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Profitabilitas	135	-20,240	94,360	8,35059	11,031930
Valid N (listwise)	135				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa profitabilitas perusahaan sektor konsumsi yang menjadi sampel dalam penelitian ini menunjukkan tingkat variabilitas yang cukup tinggi, dengan nilai Return on Assets (ROA) tertinggi mencapai 94,360 dan

nilai terendah sebesar -20,240. Adapun nilai rata-rata profitabilitas atau ROA berada pada angka 8,350. Rentang nilai ini mencerminkan adanya kesenjangan yang signifikan dalam kinerja keuangan antar perusahaan dalam sektor konsumsi, yang dapat dipengaruhi oleh banyak faktor internal maupun eksternal. Perusahaan dengan ROA tinggi umumnya mampu memaksimalkan penggunaan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba secara optimal. Hal ini biasanya ditopang oleh efisiensi operasional yang baik, pengelolaan biaya yang efektif, serta strategi bisnis yang tepat sasaran seperti inovasi produk, ekspansi pasar, dan pemanfaatan teknologi yang mendukung produktivitas.

Tabel 3
Uji *Descriptive Statistic* Variabel *Regulasi Pemerintah (X3)*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Regulasi Pemerintah	135	0	1	,90	,306
Valid N (listwise)	135				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai kepatuhan terhadap Regulasi Pemerintah yang dari perusahaan sektor konsumsi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan nilai terbesar adalah sebesar 1, dan regulasi terendah adalah 0. Kemudian nilai rata-rata regulasi pemerintah dari perusahaan sektor konsumsi adalah sebesar 0,90. Kecenderungan dari perusahaan sektor konsumsi ini adalah patuh terhadap regulasi pemerintah terkait dengan pengungkapan CSR. Angka ini mengindikasikan bahwa mayoritas perusahaan telah berupaya untuk mengikuti ketentuan peraturan pemerintah yang mewajibkan pelaporan aktivitas CSR sebagai bagian dari tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

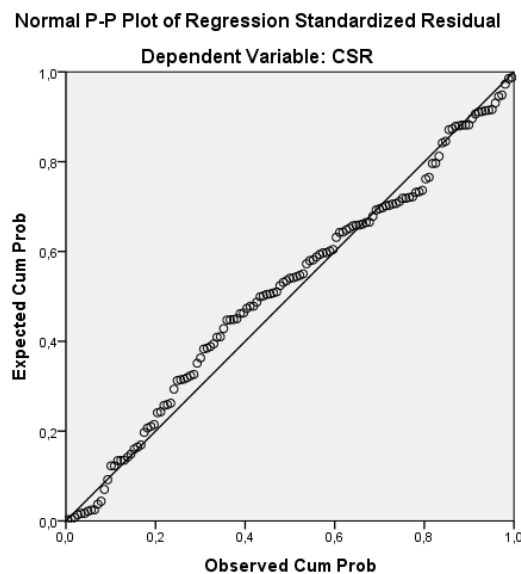
Tabel 4
Uji *Descriptive Statistic* Variabel *Corporate Social Responsibility Indeks (Indeks GRI)*
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	135	,319	,890	,69862	,111963
Valid N (listwise)	135				

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa nilai *Corporate Social Responsibility Indeks* dari perusahaan sektor konsumsi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dengan nilai terbesar adalah sebesar 0,890, dan nilai *Corporate Social Responsibility Indeks* terendah adalah 0,319. Kemudian nilai rata-rata *Corporate Social Responsibility Indeks* dari perusahaan sektor konsumsi adalah sebesar 0,698. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum, perusahaan-perusahaan dalam sektor konsumsi telah memiliki tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial yang cukup tinggi, meskipun masih terdapat perbedaan signifikan antarperusahaan dalam hal sejauh mana mereka melaksanakan dan mengungkapkan aktivitas CSR. Nilai tertinggi yang mendekati angka maksimum 1,0 mencerminkan adanya perusahaan yang hampir sepenuhnya mengungkapkan aspek-aspek tanggung jawab sosial sesuai indikator yang digunakan, baik dalam aspek ekonomi, sosial, maupun lingkungan.

Setelah mendeskripsikan kondisi masing-masing variabel, maka selanjutnya akan dijabarkan temuan hasil penelitian secara statistik, selengkapny sebagai berikut:



Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Gambar 1

Normality p-p plots

Berdasarkan Gambar 1, dapat diketahui bahwa sebaran data residual tampak mengikuti pola yang menyebar secara simetris di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis tersebut. Pola ini menunjukkan bahwa data residual dari model regresi menyebar mendekati garis normal, yang berarti asumsi normalitas residual dalam analisis regresi telah terpenuhi. Asumsi normalitas merupakan salah satu syarat penting dalam regresi linier klasik, terutama untuk memastikan validitas pengujian hipotesis yang menggunakan uji parametrik. Dengan terpenuhinya asumsi ini, maka model regresi dapat dikatakan memiliki distribusi error yang normal, sehingga interpretasi terhadap koefisien regresi dan signifikansi statistik menjadi lebih dapat diandalkan.

Tabel 5

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Tolerance	VIF
1 (Constant)	,400	,127		
Ukuran Perusahaan	,002	,004	,964	1,037
Profitabilitas	,000	,001	1,000	1,000
Regulasi Pemerintah	,280	,021	,965	1,037

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas pada penelitian ini dan dapat dilanjutkan pada penelitian selanjutnya.

Tabel 6
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Correlations

			Unstandardized Residual	Ukuran Perusahaan	Profitabilitas	Regulasi Pemerintah
Spearman's rho	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	1,000	,005	,036	-,002
		Sig. (2-tailed)	.	,957	,676	,983
		N	135	135	135	135
	Ukuran Perusahaan	Correlation Coefficient	,005	1,000	,138	-,175*
		Sig. (2-tailed)	,957	.	,111	,043
		N	135	135	135	135
	Profitabilitas	Correlation Coefficient	,036	,138	1,000	-,039
		Sig. (2-tailed)	,676	,111	.	,656
		N	135	135	135	135
	Regulasi Pemerintah	Correlation Coefficient	-,002	-,175*	-,039	1,000
		Sig. (2-tailed)	,983	,043	,656	.
		N	135	135	135	135

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikansi dari masing-masing variabel bebas dalam uji heteroskedastisitas berada di atas batas kritis yang umum digunakan, yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara residual dengan variabel independen, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami permasalahan heteroskedastisitas. Dengan kata lain, varians dari residual atau galat model regresi bersifat konstan (homoskedastis), yang merupakan salah satu asumsi penting dalam regresi linier klasik. Terpenuhinya asumsi ini menunjukkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian bersifat stabil dan tidak bias dalam estimasi parameter, sehingga hasil uji signifikansi dan koefisien regresi dapat diinterpretasikan dengan lebih valid dan akurat. Oleh karena itu, model regresi yang telah diuji dapat dinyatakan lolos dari asumsi heteroskedastisitas dan selanjutnya layak untuk diteruskan pada pengujian asumsi klasik berikutnya seperti uji multikolinearitas atau uji autokorelasi.

Tabel 7
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Durbin-Watson
1	,763 ^a	,582	,572	1,866

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan Tabel 7, nilai Durbin-Watson (DW) hitung dalam penelitian ini adalah sebesar 1,866. Untuk menilai apakah terdapat autokorelasi dalam model regresi, hasil ini dibandingkan dengan nilai batas bawah (dl) sebesar 1,623 dan batas atas (du) sebesar 1,741, serta nilai 4 - dl sebesar 2,377 dan 4 - du sebesar 2,259. Karena nilai DW hitung berada di antara batas atas (du = 1,741) dan 4 - du (2,259), maka dapat disimpulkan bahwa model regresi ini berada dalam wilayah no decision atau wilayah ketidakpastian menurut kriteria Durbin-Watson. Meskipun demikian, karena nilai DW tidak berada di bawah dl maupun di atas 4 - dl, maka secara umum tidak ditemukan

indikasi kuat adanya autokorelasi positif maupun negatif dalam data. Oleh karena itu, untuk kepentingan keberlanjutan pengujian asumsi klasik, model regresi ini tetap dianggap bebas dari masalah autokorelasi. Hal ini penting agar hasil estimasi koefisien regresi tetap efisien dan tidak menyesatkan dalam penarikan kesimpulan atas hubungan antar variabel.

Tabel 8
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	,978	3	,326	60,791	,000 ^b
Residual	,702	131	,005		
Total	1,680	134			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), Regulasi Pemerintah, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel 8 yang menunjukkan output SPSS “Anova” di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Ukuran Perusahaan (X_1), ROA (X_2), dan Peraturan Pemerintah (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR (Y).

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi (R_{Square})

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,763 ^a	,582	,572

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel 9, dapat diketahui bahwa Berdasarkan tabel *output* SPSS “Model Summary” di atas, diketahui nilai koefisien determinasi/ R_{Square} adalah 0,582 atau sama dengan 58,2%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Ukuran perusahaan (X_1), ROA (X_2), dan Peraturan Pemerintah (X_3) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Pengungkapan CSR (Y) sebesar 58,2%. Sedangkan sisanya ($100\% - 58,2\% = 41,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

Tabel 10
Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,400	,127		3,147	,002
Ukuran Perusahaan	,002	,004	,021	,373	,710
Profitabilitas	,00022	,001	,021	,376	,707
Regulasi Pemerintah	,280	,021	,766	13,323	,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2025)

Berdasarkan tabel di atas, maka pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y). Berdasarkan tabel output SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,373. Karena nilai Sig. 0,710 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan (X_1) terhadap CSR (Y).
2. Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah ROA (X_2) berpengaruh positif terhadap CSR (Y). Berdasarkan tabel output SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ROA adalah sebesar 0,707. Karena nilai Sig. 0,707 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara ROA (X_2) terhadap Pengungkapan CSR (Y).
3. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah Peraturan Pemerintah (X_3) berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR (Y). Berdasarkan tabel output SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel peraturan pemerintah adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara DER (X_3) terhadap CSR (Y).

Pengaruh ukuran perusahaan (X_1) terhadap Pengungkapan CSR (Y)

Berdasarkan tabel output SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,710. Karena nilai Sig. 0,710 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Ukuran perusahaan yang tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dapat disebabkan oleh beberapa faktor struktural maupun strategis yang mendasari perilaku pelaporan sosial perusahaan. Meskipun perusahaan besar umumnya diasumsikan memiliki sumber daya yang lebih besar dan tekanan publik yang lebih tinggi untuk mengungkapkan aktivitas CSR, pada kenyataannya, tidak semua perusahaan besar menjadikan pelaporan CSR sebagai prioritas strategis. Beberapa perusahaan besar mungkin menganggap CSR sebagai beban tambahan atau formalitas belaka, terutama jika orientasi utama mereka masih bersifat profit-driven dan belum sepenuhnya mengintegrasikan nilai keberlanjutan dalam budaya organisasi. Di sisi lain, perusahaan kecil dan menengah yang memiliki kepemimpinan progresif justru dapat menunjukkan komitmen CSR yang lebih tinggi meskipun skalanya terbatas, karena didorong oleh nilai, kedekatan sosial, atau tuntutan lokal.

Selain itu, variabel ukuran perusahaan yang diukur berdasarkan total aset atau total penjualan belum tentu mencerminkan kompleksitas struktur organisasi atau kualitas tata kelola yang mendukung pelaporan CSR. Dalam beberapa kasus, pengungkapan CSR lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti tekanan pemangku kepentingan, regulasi yang mengikat, struktur kepemilikan, orientasi manajerial, atau tingkat kesadaran sosial perusahaan. Oleh karena itu, tidak signifikan-nya pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR dapat mencerminkan bahwa skala usaha bukanlah satu-satunya atau bahkan bukan faktor utama dalam mendorong keterbukaan informasi sosial dan lingkungan. Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa pengungkapan CSR lebih bersifat nilai dan kebijakan, bukan semata ditentukan oleh besar kecilnya perusahaan secara finansial.

Jika dikaji melalui perspektif teori stakeholder, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran perusahaan tidak selalu menentukan seberapa besar tekanan atau tuntutan yang diterima dari para pemangku kepentingan terhadap pelaporan CSR. Menurut teori ini, perusahaan melakukan pengungkapan CSR sebagai

bentuk respon terhadap ekspektasi dan tekanan dari berbagai pihak seperti investor, konsumen, pemerintah, LSM, dan masyarakat umum. Namun, dalam kenyataannya, tekanan tersebut tidak selalu berkorelasi langsung dengan ukuran perusahaan. Artinya, baik perusahaan besar maupun kecil bisa menghadapi tekanan stakeholder yang tinggi ataupun rendah, tergantung pada konteks industrinya, lokasi geografis, isu lingkungan yang relevan, dan kesadaran publik. Oleh karena itu, perusahaan besar tidak otomatis merasa perlu untuk lebih terbuka dalam pengungkapan CSR jika tekanan dari stakeholder mereka rendah atau tidak menuntut secara eksplisit.

Sementara itu, dalam konteks teori legitimasi, pengungkapan CSR dianggap sebagai upaya perusahaan untuk memperoleh atau mempertahankan legitimasi sosial dari masyarakat. Teori ini berpendapat bahwa perusahaan akan cenderung mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih aktif ketika merasa keberadaannya dipertanyakan atau ketika ingin memperbaiki citra di hadapan publik. Namun, jika perusahaan merasa posisinya sudah aman atau tidak menghadapi tantangan sosial yang signifikan, maka motivasi untuk mengungkapkan CSR bisa menjadi rendah, terlepas dari ukuran perusahaan. Dengan kata lain, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa legitimasi sosial tidak semata-mata ditentukan oleh skala usaha, melainkan lebih kepada persepsi manajemen terhadap risiko legitimasi yang dihadapi dan strategi komunikasi yang dipilih untuk menjawabnya.

Dengan demikian, baik teori stakeholder maupun teori legitimasi sama-sama memberikan penjelasan bahwa pengungkapan CSR lebih didorong oleh dinamika relasi sosial, persepsi risiko, dan tekanan eksternal, bukan semata oleh faktor internal seperti ukuran perusahaan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa CSR bersifat strategis dan kontekstual, sehingga perlu dilihat dalam kerangka hubungan antara perusahaan dan lingkungannya, bukan hanya berdasarkan karakteristik kuantitatif perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat yang dikemukakan Afriani Fitra Fadilah, Nella Yantiana (2024) yang menjelaskan bahwa Dengan ukuran perusahaan yang besar semakin besar tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Oleh karena itu, penting bagi pemangku kepentingan untuk mencapai keseimbangan dalam pengungkapan CSR.

Pengaruh ROA (X₂) terhadap Pengungkapan CSR (Y)

Berdasarkan tabel output SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ROA adalah sebesar 0,707. Karena nilai Sig. 0,707 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H₁ ditolak dan H₀ diterima. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara ROA (X₂) terhadap CSR (Y). Profitabilitas yang diukur dengan Return on Assets (ROA) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dapat disebabkan oleh kenyataan bahwa laba atau keuntungan perusahaan tidak selalu menjadi faktor penentu utama dalam keputusan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial. Secara teori, perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi seharusnya memiliki sumber daya lebih untuk mendukung kegiatan CSR dan melakukan pelaporan yang lebih komprehensif. Namun, dalam praktiknya, penggunaan laba sering kali lebih diprioritaskan untuk tujuan internal seperti ekspansi usaha, dividen, atau penguatan struktur modal, ketimbang untuk kepentingan pengungkapan sosial yang bersifat eksternal.

Selain itu, keputusan untuk mengungkapkan CSR lebih banyak ditentukan oleh orientasi manajemen, tekanan stakeholder, serta persepsi terhadap kebutuhan membangun legitimasi sosial. Oleh karena itu, perusahaan yang profitnya tinggi belum tentu merasa perlu mengungkapkan CSR secara luas, jika tidak ada tekanan

signifikan dari regulator, konsumen, atau masyarakat. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas rendah mungkin justru aktif mengungkapkan CSR sebagai strategi untuk memperbaiki citra atau membangun kepercayaan pasar.

Faktor lain yang mungkin memengaruhi adalah sifat dari indikator ROA itu sendiri, yang lebih menekankan efisiensi penggunaan aset daripada representasi langsung dari kinerja keuangan secara keseluruhan. Oleh karena itu, meskipun ROA menunjukkan efisiensi manajerial, ia belum tentu mencerminkan adanya kelebihan sumber daya yang dapat digunakan untuk kegiatan CSR. Dengan demikian, ketidaksignifikanan hubungan antara ROA dan pengungkapan CSR mengindikasikan bahwa CSR bukan hanya soal kemampuan keuangan, melainkan lebih kepada komitmen, strategi komunikasi, dan tuntutan eksternal yang dihadapi perusahaan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa motivasi pengungkapan CSR bersifat multidimensional dan tidak semata didorong oleh capaian laba atau rasio keuangan.

Dari perspektif teori stakeholder, hasil ini mengindikasikan bahwa tingkat profitabilitas perusahaan tidak serta-merta memengaruhi intensitas atau kualitas pengungkapan CSR karena pengungkapan tersebut lebih ditentukan oleh kekuatan dan tekanan yang diberikan oleh para pemangku kepentingan. Artinya, sekalipun perusahaan memperoleh laba tinggi (ROA tinggi), jika para stakeholder—seperti investor, konsumen, regulator, dan masyarakat—tidak memberikan tuntutan atau perhatian besar terhadap isu sosial dan lingkungan, maka perusahaan tidak memiliki insentif kuat untuk mengungkapkan kegiatan CSR secara aktif. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas rendah pun bisa merasa terdorong untuk melakukan pengungkapan CSR secara strategis apabila mendapat tekanan atau ekspektasi tinggi dari pihak eksternal, misalnya untuk mempertahankan reputasi atau kepercayaan publik.

Sementara itu, dari sudut pandang teori legitimasi, ketidaksignifikanan hubungan antara profitabilitas dan pengungkapan CSR menunjukkan bahwa upaya perusahaan untuk memperoleh atau mempertahankan legitimasi sosial tidak selalu bergantung pada seberapa besar keuntungan yang dihasilkan. Dalam konteks ini, CSR dipandang sebagai alat komunikasi atau simbolik yang digunakan perusahaan untuk menunjukkan bahwa operasional bisnis mereka sejalan dengan nilai-nilai dan norma sosial yang berlaku. Maka, jika perusahaan merasa posisinya dalam masyarakat sudah "aman" atau tidak sedang menghadapi ancaman terhadap legitimasi sosialnya, mereka cenderung tidak memprioritaskan pengungkapan CSR—terlepas dari tingkat profitabilitas yang dimiliki.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa pengungkapan CSR lebih dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti ekspektasi stakeholder dan kebutuhan legitimasi sosial, bukan semata-mata oleh kondisi internal keuangan seperti profitabilitas. Ini menggarisbawahi bahwa CSR adalah strategi komunikasi yang kontekstual dan bersifat politis, bukan hanya keputusan berbasis kekuatan finansial. Hasil penelitian ini didukung oleh pendapat yang dikemukakan Afriani Fitra Fadilah, Nella Yantiana (2024) dan Bella Utami Putri et al. (2022) yang menyatakan bahwa profitabilitas yang tinggi dapat menjadi motivasi untuk menunjukkan komitmen terhadap tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR.

Pengaruh Peraturan Pemerintah terhadap Pengungkapan CSR

Berdasarkan tabel output SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel peraturan pemerintah adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya

ada pengaruh signifikan antara Peraturan Pemerintah (X_3) terhadap pengungkapan CSR (Y).

Peraturan pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) karena regulasi merupakan instrumen formal yang memaksa perusahaan untuk mematuhi standar tertentu dalam praktik bisnisnya, termasuk dalam aspek tanggung jawab sosial. Dalam konteks Indonesia, misalnya, keberadaan regulasi seperti Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74, yang mewajibkan perusahaan terutama yang bergerak di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan (TJSL), menjadi dasar hukum yang kuat bagi perusahaan untuk melakukan dan mengungkapkan aktivitas CSR mereka. Kewajiban ini diperkuat lagi oleh peraturan pelaksana seperti Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012, yang secara eksplisit mengatur bahwa pelaksanaan CSR harus dimuat dalam laporan tahunan perusahaan.

Ketika regulasi bersifat memaksa dan memiliki sanksi administratif atau reputasional, perusahaan cenderung meresponsnya dengan serius. Dalam hal ini, pengungkapan CSR bukan lagi pilihan etis atau strategi sukarela, melainkan bentuk kepatuhan hukum. Perusahaan akan terdorong untuk tidak hanya melaksanakan kegiatan CSR, tetapi juga melaporkannya secara transparan sebagai bukti bahwa mereka telah memenuhi kewajiban hukum. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi, di mana pengungkapan CSR menjadi cara untuk menunjukkan bahwa perusahaan telah beroperasi sesuai dengan nilai dan aturan yang berlaku dalam masyarakat. Lebih jauh, regulasi pemerintah juga berfungsi sebagai alat pembentuk standar pelaporan, yang mendorong konsistensi dan akuntabilitas dalam pengungkapan CSR antar perusahaan.

Dengan demikian, signifikan-nya pengaruh peraturan pemerintah terhadap pengungkapan CSR mencerminkan peran negara sebagai pengatur dan pengawas perilaku korporasi demi memastikan keberlanjutan, etika bisnis, dan keadilan sosial. Perusahaan yang patuh terhadap regulasi tersebut umumnya memiliki pengungkapan CSR yang lebih baik karena adanya kepastian hukum dan keinginan untuk menjaga reputasi serta legitimasi di mata publik dan pemangku kepentingan.

Dari sudut pandang teori stakeholder, temuan bahwa peraturan pemerintah berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR menegaskan bahwa pemerintah merupakan salah satu pemangku kepentingan utama (key stakeholders) yang memiliki kekuatan untuk memengaruhi perilaku perusahaan. Sebagai regulator, pemerintah tidak hanya menetapkan standar etika dan operasional, tetapi juga memiliki kekuasaan untuk mengenakan sanksi, mencabut izin, atau membatasi akses perusahaan terhadap sumber daya tertentu. Oleh karena itu, perusahaan cenderung mematuhi peraturan pemerintah karena ingin mempertahankan hubungan yang baik dengan stakeholder penting ini serta menghindari konsekuensi hukum atau reputasi. Dalam konteks ini, pengungkapan CSR bukan hanya bentuk komunikasi kepada publik secara umum, tetapi juga respon langsung terhadap tekanan regulatif dari stakeholder negara.

Sementara itu, dalam kerangka teori legitimasi, regulasi pemerintah berperan sebagai instrumen normatif yang membentuk batasan antara praktik bisnis yang dianggap sah (legitimate) dan tidak sah oleh masyarakat. Ketika negara mengeluarkan kebijakan yang mewajibkan pelaksanaan dan pelaporan CSR—seperti melalui Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 dan PP No. 47 Tahun 2012—maka perusahaan yang patuh pada regulasi tersebut sedang berupaya menyesuaikan operasionalnya dengan sistem nilai dan harapan publik yang lebih luas. Dalam hal ini, pengungkapan

CSR menjadi sarana penting untuk mempertahankan legitimasi sosial di mata masyarakat, terutama di era di mana transparansi dan akuntabilitas semakin menjadi tuntutan. Perusahaan yang tidak mematuhi regulasi CSR akan berisiko kehilangan kepercayaan publik, menghadapi boikot konsumen, atau bahkan intervensi hukum, sehingga secara strategis mereka terdorong untuk melaporkan kegiatan CSR mereka secara eksplisit.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menguatkan bahwa regulasi pemerintah dapat menjadi katalisator penting dalam mendorong praktik CSR yang lebih luas dan sistematis. Ini sekaligus mempertegas bahwa pengungkapan CSR bukan hanya soal etika atau kesukarelaan, tetapi juga merupakan respon strategis terhadap dinamika relasi kekuasaan antara perusahaan, negara, dan masyarakat. Hasil ini didukung oleh Penelitian Abdul Halil et al. (2022) menunjukkan bahwa regulasi pemerintah memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat pengungkapan CSR. Regulasi memberikan kerangka kerja yang mendorong perusahaan untuk memenuhi harapan masyarakat sekaligus memastikan kepatuhan terhadap standar hukum.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan diatas, maka kesimpulan yang dapat ditentukan adalah:

- a) Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (X_1) berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR (Y). Berdasarkan tabel *output* SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ukuran perusahaan adalah sebesar 0,373. Karena nilai Sig. 0,710 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara ukuran perusahaan (X_1) terhadap CSR (Y).
- b) Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah ROA (X_2) berpengaruh positif terhadap CSR (Y). Berdasarkan tabel *output* SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel ROA adalah sebesar 0,707. Karena nilai Sig. 0,707 > probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 ditolak dan H_0 diterima. Artinya tidak ada pengaruh signifikan antara ROA (X_2) terhadap Pengungkapan CSR (Y).
- c) Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah Peraturan Pemerintah (X_3) berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR (Y). Berdasarkan tabel *output* SPSS "*Coefficients*" di atas diketahui nilai Signifikansi (Sig) variabel peraturan pemerintah adalah sebesar 0,000. Karena nilai Sig. 0,000 < probabilitas 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara DER (X_3) terhadap CSR (Y).
- d) Hipotesis keempat menunjukkan bahwa nilai Signifikansi (Sig) adalah sebesar 0,000 > 0,05 pada uji F maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Ukuran Perusahaan (X_1), ROA (X_2), dan Peraturan Pemerintah (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan CSR (Y).

SARAN

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi penelitian yang telah diuraikan diatas, maka saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah:

- a) Saran Terhadap Praktisi

Secara praktis, perusahaan perlu meningkatkan komitmen dalam pengungkapan CSR bukan hanya sebagai kewajiban hukum, tetapi sebagai bentuk tanggung jawab sosial yang melekat pada eksistensi bisnis. Mengingat regulasi pemerintah terbukti berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, maka pemerintah dan regulator perlu memperkuat sistem pemantauan dan evaluasi implementasi CSR, serta memperluas cakupan kewajiban pelaporan kepada seluruh sektor industri, tidak hanya yang berkaitan dengan sumber daya alam. Selain itu, perlu ada sosialisasi dan pelatihan reguler bagi pelaku usaha untuk meningkatkan pemahaman atas regulasi CSR dan pentingnya keterbukaan informasi kepada publik.

b) Saran terhadap Khasanah Teoritis

Temuan ini menyarankan agar pengembangan teori-teori tentang pengungkapan CSR, khususnya teori stakeholder dan teori legitimasi, lebih menekankan pada konteks institusional dan regulatif, khususnya di negara berkembang seperti Indonesia. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan model konseptual yang menggabungkan tekanan eksternal (regulasi, opini publik, tekanan LSM) dan karakteristik internal perusahaan secara lebih seimbang. Selain itu, model pengungkapan CSR sebaiknya tidak hanya berbasis pada ukuran dan profitabilitas, tetapi juga mempertimbangkan variabel seperti tata kelola perusahaan, budaya organisasi, dan orientasi keberlanjutan.

c) Saran terhadap Akademis

Secara akademis, penelitian ini memberikan ruang bagi para peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian lanjutan dengan pendekatan kualitatif atau mixed methods guna menggali motivasi manajerial dan konteks sosial-politik yang mendorong pengungkapan CSR. Disarankan juga untuk memperluas objek penelitian ke sektor industri lain dan memperpanjang rentang waktu observasi agar dapat menangkap dinamika dan tren CSR secara lebih komprehensif. Selain itu, pengembangan instrumen pengukuran CSR yang lebih rinci dan adaptif terhadap konteks lokal juga penting untuk mendukung validitas hasil penelitian-penelitian sejenis ke depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terima kasih kepada kepada almamater dan seluruh pihak yang mendukung terselesaikan penelitian ini. Selain itu kepada kepada Dosen pembimbing, yang dengan sabar memberi petunjuk juga arahan demi terselesaikannya penelitian ini.

REFRENSI

- Abdul Halil, Iwan S. Seber, & Naswan Hadilia. (2022). Pengaruh Regulasi Pemerintah, Akuntabilitas dan Transparansi Pengelolaan Corporate Social Responsibility (CSR) Pada PT. Pelindo IV (Persero) Cabang Ternate. *Jurnal AKTIVA*, 05(02), 48-60.
- Afriani Fitra Fadilah, Nella Yantiana, J. A. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Subsektor Perkebunan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2021-2023. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(5).
- Ali, D. R., Safitri, V. A. D., & Fadly, M. (2021). Pengaruh Profitabilitas,

Likuiditas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Pertambangan Subsektor Batu Bara yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *Journal Strategy of Management and Accounting Through Research and Technology (SMART)*, 1(1), 67-77.

Apriyeni, D., Putra, R. J., & Sari, F. (2024). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman. *Jurnal Menara Ekonomi : Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 10(1), 10-20. <https://doi.org/10.31869/me.v10i1.4840>

Awliya, M. (2022). Analisis Profitabilitas (Return On Asset (Roa) dan Return On Equity (RoE) Pada PT Sido Muncul Tbk (Periode 2015-2018). *Journal of Economic Education*, 1(1), 10-18.

Bella Utami Putri, Elfitri Santi, & Zalida Afni. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di BEI). *Jurnal Akuntansi, Bisnis Dan Ekonomi Indonesia (JABEI)*, 1(1), 66-78. <https://doi.org/10.30630/jabei.v1i1.12>

Cahyani, M. D., & Hariyono, A. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr). *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 22(2), 229-242. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v22i2.240>

Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational legitimacy: Social values and organizational behavior. *Pacific Sociological Review*, 18(1), 122-136.

Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Pitman Publishing.

Ghozali, I., & Chariri, A. (2020). Regulasi CSR di Indonesia. *Jurnal Hukum Dan Regulasi*.

Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1996). *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*. Prentice Hall Europe.

Hunafah, D. R., Zahwa, S. F., & Hasnawati. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Kepemilikan Saham Publik Dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Csr Selama Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, 2(2), 1615-1628. <https://doi.org/10.25105/jet.v2i2.14999>

Iznillah, M. L., & Rasuli, M. (2024). *Reaksi Investor terhadap Corporate Sustainability Performance : A Review Of Literature Using Stakeholder Theory Pendahuluan*. 7083(2), 300-311.

Judijanto, L., Sugiharti, S., Siregar, R., Sudarmanto, E., & Irma, I. (2024). Pengaruh Keterlibatan Stakeholder, Prinsip Akuntansi Berkelanjutan, dan Implementasi CSR terhadap Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan West Science*, 3(01), 10-19. <https://doi.org/10.58812/jakws.v3i01.905>

Lutvia Istiqomah, Dirvi Surya Abbas, Imam Hidayat, & Sigit Budi Santoso.

- (2022). Pengaruh Eco-control, Ukuran Perusahaan, dan Environmental Performance Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2021). *Akuntansi*, 1(4), 56-70. <https://doi.org/10.55606/jurnalrisetilmuakuntansi.v1i4.113>
- Malisa, Y., Gultom, S. A., & Sibarani, J. L. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Ukuran KAP terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perpajakan*, 5(2), 114-127. <https://doi.org/10.51510/jakp.v5i2.985>
- Maulana, H. R., Oktaviani, Y., Novida, I., Aminudin, A., Husnayetti, H., & Rizfalefriadi, A. (2023). Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Bank Umum Di Indonesia. *Jurnal Maneksi*, 12(1), 43-49. <https://doi.org/10.31959/jm.v12i1.1189>
- Nurmansyah, A., Kristianto, G. B., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Corporate Governance Pada Industri Perbankan Di Indonesia. *Applied Research in Management and Business*, 3(1), 1-13. <https://doi.org/10.53416/arimbi.v3i1.134>
- Ocin, M. V. (2021). Analisis Pengaruh Size Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan CSR Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Study kasus pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019) Martina. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399-405.
- Pamungkas, G. F., & Winarsih. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (Kimu)*, 9(2), 1317-1329. <https://doi.org/10.33087/jmas.v9i2.2072>
- Pratiwi, R. D., & Chariri, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Sektor Pertambangan. *Journal of Accounting and Auditing*, 3(2), 156-168.
- Putri, Y. R., & Yulianthari, W. S. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Sales Growth, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Indeks Kompas 100 Tahun 2017-2018. *Journal of Applied Managerial Accounting*, 4(No 1), 01-11.
- Ramadhan, G. H., & Ernaya, H. N. L. (2023). Accounting Student Research Journal. *Accounting Student Research Journal*, 2(2), 123-142.
- Setiawan, T., Sugianto, M., Dahlan, K. S. S., & Purwanti, A. (2023). Corporate Social Responsibility: Qualitative and Quantitative Content Analysis Study. *The Indonesian Accounting Review*, 13(2), 249-262. <https://doi.org/10.14414/tiar.v13i2.3474>
- Shenurti, E., Erawati, D., & Nur Kholifah, S. (2022). Analisis Return on Asset (ROA) , Return on Equity (ROE) dan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 01-10. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.539>

- Siddiqui, F., YuSheng, K., & Tajeddini, K. (2023). The role of corporate governance and reputation in the disclosure of corporate social responsibility and firm performance. *Heliyon*, 9(5), e16055. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e16055>
- Silalahi, W. (2020). Penataan Regulasi Berkualitas Dalam Rangka Terjaminnya Supremasi Hukum. *Jurnal Hukum Progresif*, 8(1), 56-66. <https://doi.org/10.14710/hp.8.1.56-66>
- Siti Nuridah, Joelianti Dwi Supraptiningsih, Sopian Sopian, & Mutiara Indah. (2023). Pengaruh Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Ritel. *Jurnal Mutiara Ilmu Akuntansi*, 1(1), 155-169. <https://doi.org/10.55606/jumia.v1i1.1135>
- Wahyuni, D., & Husaini, H. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 89-102.
- Wijayanti, H., & Hidayatullah, T. (2022). Implementasi PP No. 47 Tahun 2012 Dalam Pelaksanaan Tanggungjawab Sosial Dan Lingkungan Pada PT. Pembangunan Jaya Ancol. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(2).
- Yusuf Afrizal, F. (2024). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(1), 1034-1043.