

Transparansi Sustainability Report pada Perusahaan Makanan dan Minuman: Peran Pengungkapan CSR, Intensitas Modal dan Pertumbuhan Penjualan

Sherli Marcelina¹, Arfah Piliang², Zubir³

^{1,2,3}Program Studi Akuntansi, STIE Mahaputra Riau, Pekanbaru, Indonesia

Email: ¹sherlimarcelina03@gmail.com, ²arfahpiliang22@gmail.com, ³zubirmahaputra@gmail.com

Abstrak— Sustainability Report menjadi salah satu bentuk transparansi perusahaan dalam menyampaikan informasi mengenai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan kepada stakeholder. Pada perusahaan makanan dan minuman, sustainability report sangat penting karena aktivitas operasionalnya berkaitan langsung dengan penggunaan sumber daya dengan dampak lingkungan dan sosial yang tinggi. Namun, tingkat pengungkapan sustainability report masih bersifat fluktuatif. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), intensitas modal dan pertumbuhan penjualan terhadap sustainability report pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2024. Sustainability report diukur menggunakan standar GRI 2021 dan pengungkapan CSR menggunakan ISO 26000. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder berupa laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan diperoleh 12 perusahaan dengan 48 data observasi. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan aplikasi SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan Corporate Social Responsibility, intensitas modal dan pertumbuhan penjualan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap sustainability report. Melalui koefisien determinasi ketiga faktor tersebut mampu menjelaskan sustainability report sebesar 69,7%. Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi berupa faktor finansial seperti pertumbuhan penjualan dan intensitas modal serta faktor non-finansial seperti pengungkapan CSR akan mendorong penguatan dan transparansi pada sustainability report. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan serta investor dalam mengevaluasi komitmen keberlanjutan pada perusahaan makanan dan minuman di Indonesia.

Kata Kunci: Sustainability Report, Gri 2021, Iso 26000, Intensitas Modal, Pertumbuhan Penjualan

Abstract— Sustainability Reports are a form of corporate transparency in conveying information on economic, social, and environmental performance to stakeholders. For food and beverage companies, sustainability reports are crucial because their operational activities are directly related to the use of resources with high environmental and social impacts. However, the level of sustainability report disclosure remains fluctuating. This study aims to analyze the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure, capital intensity, and sales growth on sustainability reports in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2021 to 2024. Sustainability reports are measured using the GRI 2021 standard, and CSR disclosures using ISO 26000. The study employed quantitative methods with secondary data in the form of annual reports and sustainability reports. Sampling used a purposive sampling technique, resulting in 12 companies with 48 observational data. Data analysis was performed using multiple linear regression with the help of SPSS. The results showed that Corporate Social Responsibility disclosure, capital intensity, and sales growth partially and simultaneously had a positive and significant effect on sustainability reports. Through the coefficient of determination, these three factors were able to explain the sustainability report by 69.7%. These findings suggest that a combination of financial factors such as sales growth and capital intensity, along with non-financial factors such as CSR disclosure, will drive stronger and more transparent sustainability reports. This research provides practical insights for companies and investors in evaluating sustainability commitments in food and beverage companies in Indonesia.

Keywords: Sustainability Report, Gri 2021, Iso 26000, Capital Intensity, Sales Growth

1. PENDAHULUAN

Peningkatan tuntutan terhadap praktik bisnis berkelanjutan mendorong perusahaan untuk tidak hanya berfokus pada pencapaian keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan serta dampak aktivitas operasional terhadap lingkungan dan sosial. Untuk itu, perusahaan perlu mengungkapkan kegiatan dan komitmennya melalui *Sustainability Report* yang memuat segala kontribusi perusahaan mengenai kinerja ekonomi, sosial dan lingkungan [1]. *Sustainability Report* fokus pada pengembangan jangka panjang yang terdiri atas konsep *Triple Bottom Line* yaitu *people*, *profit* dan *planet* [2]. Seiring berkembangnya praktik berkelanjutan, telah diterbitkan aturan mengenai *sustainability report* yang dijelaskan melalui POJK No. 51/POJK.03/2017 pasal 10 ayat 1-3 dan kemudian dipertegas dengan diterbitkannya Surat Edaran OJK Nomor 16 tahun 2021 yang berisi ketentuan dalam menyusun *annual report* serta *sustainability report* bagi perusahaan publik. Dengan itu, tuntutan pasar dan kebijakan pemerintah menjadi stimulasi eksternal yang mendorong perusahaan untuk menyesuaikan proses dan strategi bisnisnya agar tetap berdaya saing dan berkelanjutan [3]. Kondisi tersebut semakin memperkuat pentingnya penyampaian dan transparansi *sustainability report* bagi perusahaan.

Dalam konteks global, banyak perusahaan internasional yang telah membuat laporan keberlanjutan yang mengacu pada standar pelaporan yang diakui secara internasional seperti *Global Reporting Initiative* (GRI). Penerapan kerangka kerja GRI dalam penyusunan *sustainability report* berguna agar pelaporan lebih terstruktur, konsisten dan dapat dibandingkan. Jika kepatuhan perusahaan semakin meningkat, hal itu akan diikuti juga dengan meningkatnya informasi yang tersaji pada *sustainability report* [4].

Perusahaan makanan dan minuman menjadi perusahaan yang memiliki kontribusi paling besar pada industri pengolahan nonmigas, yaitu sebesar 40,31%. Namun, juga menjadi penyumbang sampah plastik dan food waste yang cukup tinggi, sebesar 32% yang disebabkan karena aktivitas operasionalnya berlangsung secara terus-menerus [5]. Oleh sebab itu, sektor industri terutama perusahaan makanan dan minuman perlu menyampaikan *sustainability report* yang baik dengan mengungkapkan semua kegiatan yang mereka lakukan guna mengurangi perbedaan informasi dan menjaga citra atau nama baik perusahaan [6]. Tingkat pengungkapan *sustainability report* pada perusahaan makanan dan minuman di BEI pada periode 2021-2024 adalah sebagai berikut.



Sumber: Data Olahan (2026)

Gambar 1. Grafik *sustainability report* pada perusahaan dan makanan dan minuman di BEI tahun 2021-2024

Melalui gambar 1 yang merupakan tingkat pengungkapan *sustainability report* yang diukur menggunakan standar GRI 2021. Pada grafik memperlihatkan adanya penurunan pada tahun 2022 dibandingkan tahun 2021, yaitu sebesar 0,13. Penurunan ini memperlihatkan adanya pelemahan tingkat pengungkapan *Sustainability Report* pada periode tersebut, yang disebabkan adanya fase adaptasi perusahaan terhadap perubahan regulasi baru yaitu SEOJK No. 16 Tahun 2021 dan standar GRI 2021. Selanjutnya, pada tahun 2023 tingkat pengungkapan *Sustainability Report* kembali mengalami peningkatan yang tinggi yaitu dengan kenaikan 2,88 dari tahun sebelumnya dan berlanjut hingga tahun 2024 menjadi 15,90. Grafik menunjukkan tren kenaikan yang cukup signifikan pada dua tahun terakhir, yang mengindikasikan adanya peningkatan perhatian dan kepatuhan perusahaan pada *Sustainability Report*. Sehingga berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa pengungkapan *Sustainability Report* perusahaan sektor makanan dan minuman tahun 2021–2024 masih bersifat fluktuatif dan belum menunjukkan hasil yang konsisten menjadi fenomena yang penting untuk diteliti, khususnya dalam kaitannya dengan faktor yang memengaruhi *Sustainability Report*.

Banyak faktor yang dapat memengaruhi *sustainability report*, antara lain pengungkapan *corporate social responsibility*, intensitas modal serta pertumbuhan penjualan yang akan dibahas pada penelitian ini. Variabel tersebut dipilih karena adanya ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu dan masih sedikitnya penelitian yang membahas hubungan antar variabel tersebut terhadap *sustainability report*.

Penelitian oleh Nutriastuti & Annisa [7] menemukan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap *sustainability report*. Namun penelitian Nugraha [8] mengatakan sebaliknya, disebabkan CSR hanya berfungsi sebagai alat untuk memenuhi kewajiban dan peraturan yang berlaku. Penelitian oleh Lubis [9] ditemukan intensitas modal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap laporan keberlanjutan, yang menandakan semakin besar intensitas modal maka semakin luas *sustainability reporting*. Sementara penelitian Rohmah & Ifada [10] mengungkapkan hal sebaliknya, dimana perusahaan dengan intensitas modal rendah dikatakan lebih fleksibel dalam mengalokasikan dana untuk inisiatif keberlanjutan. Selain itu, masih sangat sedikit penelitian yang mengkaji pengaruh intensitas modal terhadap *sustainability report*. Menurut penelitian Handayani [11], pertumbuhan penjualan terhadap *sustainability report* memiliki pengaruh signifikan. Sedangkan menurut Wardoyo, dkk [6] ditemukan tidak adanya pengaruh antara pertumbuhan penjualan terhadap *sustainability report* yang disebabkan perusahaan lebih fokus pada kinerja jangka pendek dan keuntungan pada tahun berjalan.

Adanya perbedaan temuan pada penelitian terdahulu menjadi kesenjangan atau *research gap* dari penelitian ini sehingga perlu diteliti kembali, khususnya pada sektor industri seperti perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI. Perusahaan tersebut dipilih karena aktivitas operasionalnya berkaitan langsung dengan

pemanfaatan sumber daya alam serta potensi dampak terhadap sosial dan lingkungan yang tinggi. Melalui hal itu, penelitian ini berlandaskan pada perkembangan dan tuntutan terhadap *sustainability report* yang semakin penting bagi perusahaan dalam menjalankan praktik bisnisnya sebagai media komunikasi terutama untuk meningkatkan citra dan menjaga kepercayaan *stakeholder*.

Penelitian ini menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) terbaru yaitu standar GRI 2021 sebagai dasar untuk mengukur *sustainability report* yang sesuai dengan periode pengamatan. Selain itu, digunakan ISO 26000 yang merupakan pedoman internasional dalam menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai indikator untuk mengukur pengungkapan CSR. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap literatur terkait *sustainability report* serta dapat memotivasi dan mendorong perusahaan untuk menerbitkan dan meningkatkan *sustainability report* secara transparan dan konsisten. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dan fenomena fluktuasi *sustainability report*, maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), intensitas modal dan pertumbuhan penjualan terhadap *sustainability report* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021 – 2024.

1. Teori Legitimasi

Teori legitimasi diperkenalkan oleh Dowling dan Pfeffer pada tahun 1975 menjelaskan keberadaan dan penerimaan suatu organisasi, termasuk perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya di masyarakat didasarkan pada kontrak tidak tertulis antara organisasi dan lingkungan sosialnya. Teori ini juga menegaskan bahwa kelangsungan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam beroperasi sesuai dengan batasan perilaku yang dapat diterima secara sosial [12]. Teori ini menegaskan bahwa setiap perusahaan perlu meyakinkan masyarakat bahwa aktivitas serta kinerjanya sejalan dengan tujuan dan harapan sosial. Dengan demikian, perusahaan diharapkan mampu membentuk pola pikir dan keyakinan publik bahwa kegiatan operasional yang dijalankan memberikan manfaat bagi masyarakat [13].

2. Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* dipelopori oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984 yang menyatakan bahwa *stakeholder* merupakan perorangan maupun kelompok yang mempunyai keterkaitan serta hubungan saling memengaruhi dalam proses suatu perusahaan agar tujuannya tercapai [12]. Teori ini mengemukakan konsep *stakeholder* dalam dua model pendekatan. Model pertama berkaitan dengan aturan dan rencana bisnis yang memiliki fokus utama pada proses pembangunan dan mengevaluasi keputusan perusahaan berdasarkan kepentingan kelompok yang memiliki peran dalam keberlangsungan usaha. Sementara itu, model kedua memperluas cakupan analisis bisnis dengan mempertimbangkan pengaruh eksternal yang berpotensi memberikan dampak negatif bagi perusahaan [14].

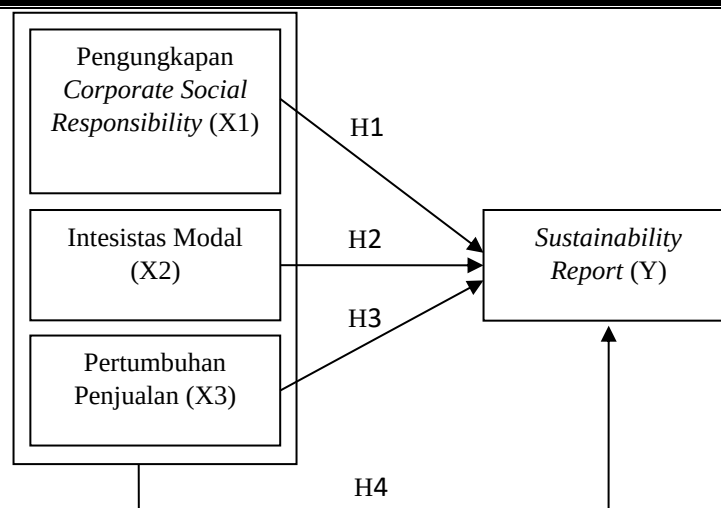
3. Teori Sinyal

Teori sinyal yang dikembangkan oleh Spence tahun 1973 menjelaskan adanya mekanisme penyaluran informasi ke pihak lain dengan tujuan mengurangi asimetri informasi. Dalam teori sinyal juga menyatakan kinerja bisnis yang sehat dan baik, akan mendorong perusahaan lebih terbuka dalam melakukan pengungkapan dan kegiatan berkelanjutan, karena hal tersebut dapat digunakan sebagai cara untuk menciptakan perbedaan dengan perusahaan lain [12]. Teori sinyal berperan bagi pihak manajemen (*agent*), pemilik (*principal*), serta pihak eksternal untuk meminimalisir terjadinya perbedaan informasi. Upaya ini berupa penyajian informasi yang memiliki kualitas dan integritas tinggi, dimana kualitas informasi tersebut menjadi penting karena dapat menekan kesenjangan informasi yang muncul [15]

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif digunakan karena data penelitian berupa data angka yang dianalisis menggunakan teknik statistik. Metode asosiatif digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), intensitas modal dan pertumbuhan penjualan terhadap *sustainability report* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021 – 2024. Penelitian ini juga bersifat deduktif yang mengacu pada teori dan penelitian terdahulu sebagai dasar dalam menguji hipotesis [16]. Dalam menggambarkan hubungan antar variabel penelitian, digunakan suatu model penelitian yang tersaji dalam gambar 2.



Gambar 2. Model Penelitian

Model penelitian dalam gambar 2 menunjukkan hubungan antara variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), intensitas modal dan pertumbuhan penjualan terhadap *sustainability report* secara parsial yang ditunjukkan melalui panah H1, H2 dan H3. Sementara panah H4 menunjukkan pengaruh ketiga variabel independen secara simultan terhadap *sustainability report* sebagai variabel dependen.

2.2 Definisi Operasional Variabel

A. Sustainability Report

Sustainability Report merupakan suatu bentuk laporan yang berupa serangkaian kegiatan mulai dari mengukur, mengungkapkan dan melakukan upaya terhadap transparansi perusahaan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan [17]. *Sustainability report* diukur menggunakan standar *Global Reporting Initiative* (GRI) 2021 yang terdiri dari pengungkapan umum, ekonomi, sosial dan lingkungan yang berjumlah 126 indikator. Pengukuran dilakukan menggunakan metode *content analysis* dengan sistem *scoring*, dimana setiap item yang diungkapkan diberi skor 1 dan yang tidak diungkapkan diberi skor 0. Selanjutnya, total skor pengungkapan dibagi dengan jumlah seluruh indikator GRI 2021. Menurut [7], *Sustainability report* diukur menggunakan SRDI dengan rumus sebagai berikut.

$$SRDI = \frac{n}{k} \quad (1)$$

Keterangan:

SRDI: *Sustainability Report Disclosure Index*

n: Jumlah item yang diungkapkan perusahaan

k: Jumlah item yang diharapkan

B. Pengungkapan Corporate Social Responsibility

Pengungkapan CSR merupakan informasi yang disediakan oleh perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan untuk tetap menciptakan hubungan yang seimbang dan sesuai dengan lingkungan serta budaya masyarakat setempat melalui berbagai media, seperti laporan keuangan tahunan (*annual report*) serta laporan keberlanjutan (*sustainability report*) [18]. Pengungkapan CSR diukur menggunakan standar ISO:26000 yang berjumlah 37 indikator, mencakup aspek tata kelola perusahaan, kemanusiaan, ketenagakerjaan, praktik yang adil, lingkungan, konsumen dan keterlibatan terhadap masyarakat. Pengukuran dilakukan menggunakan metode *content analysis* dengan sistem *scoring*, dimana setiap item yang diungkapkan diberi skor 1 dan yang tidak diungkapkan diberi skor 0. Selanjutnya, total skor pengungkapan dibagi dengan jumlah seluruh indikator ISO:26000. Menurut [19], rumus yang digunakan untuk mengukur pengungkapan CSR adalah sebagai berikut.

$$CSR = \frac{\sum X_n}{37} \quad (2)$$

Keterangan:

CSR: *Corporate Social Responsibility*

$\sum X_n$: Jumlah pengungkapan perusahaan sampel

37: Jumlah item pengungkapan dalam ISO 26000

C. Intensitas Modal

Intensitas modal adalah gambaran besarnya modal perusahaan dalam bentuk aset yang diproyeksikan dalam bentuk rasio yang membandingkan aset tetap dan total asset [20] Aset tetap tersebut berupa aset yang dimiliki perusahaan, seperti bangunan, mesin, kendaraan, dan lainnya yang digunakan untuk menunjang kegiatan operasional dan memiliki peranan penting terhadap keberlangsungan perusahaan. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur intensitas modal adalah.

$$\text{Intensitas Modal} = \frac{\text{Total Aset Tetap}}{\text{Total Aset}} \quad (3)$$

D. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan merupakan gambaran mengenai sejauh mana investasi yang dilakukan pada masa lalu dapat dijadikan landasan untuk mengestimasi tingkat pertumbuhan pada waktu selanjutnya. Pertumbuhan penjualan dapat digunakan untuk memprediksi pasar dalam menerima produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki kinerja baik umumnya ditandai dengan meningkatnya penjualan secara signifikan dari tahun ke tahun [21]. Menurut [6], rumus untuk mengukur pertumbuhan penjualan ialah.

$$\text{Sales Growth} = \frac{S_t - S_{t-1}}{S_{t-1}} \quad (4)$$

Keterangan:

S_t : Penjualan pada tahun ke- t

S_{t-1} : Penjualan pada periode sebelumnya

E. Teknik Pengambilan Data dan Sampel

Data yang digunakan dalam penelitian ini ialah data sekunder, yaitu jenis data yang dikumpulkan oleh orang lain yang bersumber dari buku, perpustakaan, internet, organisasi pemerintah, organisasi swasta dan sumber internasional [22]. Data ini terdiri atas *annual report* dan *Sustainability Report* perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar BEI tahun 2021-2024 yang diperoleh dari situs BEI dan situs masing-masing perusahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi, yaitu mengumpulkan, mencatat dan mengolah data yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 43 perusahaan yang merupakan jumlah seluruh perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021-2024. Dalam penelitian ini, sampel ditentukan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan menggunakan kriteria atau pertimbangan tertentu [16]. Adapun beberapa kriteria penentuan sampel pada penelitian ini tersaji dalam tabel 2.

Tabel 1. Kriteria Sampel

Kriteria Sampel	Jumlah
Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 – 2024	43
Perusahaan makanan dan minuman yang tidak menerbitkan laporan tahunan dan <i>Sustainability Report</i> secara konsisten selama tahun 2021 – 2024	(13)
Perusahaan makanan dan minuman yang tidak memisahkan laporan tahunan dan <i>Sustainability Report</i> secara konsisten selama tahun 2021 – 2024	(18)
Jumlah Sampel	12
Tahun Penelitian	4
Jumlah Data	48

Berdasarkan tabel 1, diperoleh sampel penelitian sebanyak 12 perusahaan yang memenuhi kriteria sampel. Dengan periode pengamatan selama 4 tahun yaitu 2021-2024. Maka jumlah data observasi yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 48 data.

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data kuantitatif berupa analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial menggunakan aplikasi SPSS versi 27 sebagai aplikasi pengolahan data. Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik data penelitian melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dan tidak memiliki tujuan untuk menarik kesimpulan yang bersifat umum.

Analisis statistik inferensial digunakan untuk menguji hubungan antar variabel untuk memperoleh kesimpulan dari penelitian. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik

untuk memastikan kelayakan model regresi. Uji ini terdiri dari uji normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas dan autokorelasi. Setelah semua uji ini terpenuhi, dilanjutkan dengan pengujian hipotesis yang menggunakan analisis regresi linear berganda, untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Selain itu, dilakukan juga uji parsial, uji simultan dan uji koefisien determinasi. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini digambarkan dalam persamaan berikut.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e \quad (5)$$

Keterangan:

Y: *Sustainability Report* (Variabel dependen)

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

X_1, X_2, X_3 : Pengungkapan CSR, intensitas modal, pertumbuhan penjualan (Variabel Independen)

e: *Error*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

A. Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 2. Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan_CSR	48	.57	.86	.7156	.07509
Intensitas_Modal	48	.02	.76	.3215	.17961
Pertumbuhan_Penjualan	48	-.41	1.20	.1600	.21680
Sustainability_Report	48	.23	.75	.5240	.13695
Valid N (listwise)	48				

Sumber: Output SPSS 27, 2026

Dari tabel 2 dapat dijelaskan bahwa seluruh variabel memiliki 48 data observasi. Pengungkapan CSR memiliki nilai minimum 0,57 diperoleh oleh PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk tahun 2021 dan 2022, nilai maksimum sebesar 0,86 diperoleh oleh PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk tahun 2024 dengan nilai rata-rata sebesar 0,7156 dan standar deviasi sebesar 0,07509. Intensitas modal dengan nilai minimum 0,02 diperoleh oleh PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk tahun 2021, nilai maksimum 0,76 diperoleh oleh PT. Sariguna Primatirta Tbk tahun 2021 dan 2024 dengan nilai rata-rata sebesar 0,3215 dan standar deviasi sebesar 0,17961. Pertumbuhan penjualan memiliki nilai minimum sebesar -0,41 diperoleh oleh PT. Wahana Interfood Nusantara Tbk tahun 2023, nilai maksimum sebesar 1,20 diperoleh oleh PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk tahun 2021 dengan nilai rata-rata sebesar 0,1600 dan standar deviasi sebesar 0,21680. *Sustainability Report* memiliki nilai minimum sebesar 0,23 diperoleh oleh PT. Campina Ice Cream Industry Tbk tahun 2024, nilai maksimum sebesar 0,75 diperoleh oleh PT. Cisarua Mountain Dairy Tbk tahun 2024 dengan nilai rata-rata sebesar 0,5240 dan standar deviasi sebesar 0,13695.

B. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		48
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.07294663
Test Statistic		.097
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d

Sumber: Output SPSS 27, 2026

Uji normalitas digunakan untuk menentukan apakah residual dalam model regresi berdistribusi normal. Penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 sehingga kriteria pengambilan keputusan ialah apabila nilai signifikansi > 0,05 maka residual dalam model regresi berdistribusi normal. Berdasarkan tabel 3 diketahui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 > 0,05. Hal ini menandakan model berdistribusi normal dan layak digunakan untuk pengujian selanjutnya.

2) Uji Multikolinearitas

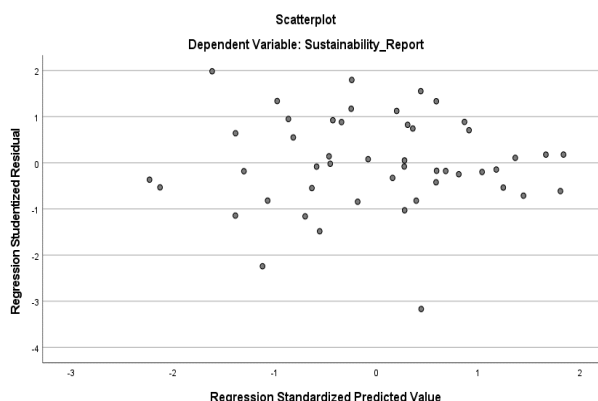
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearita

Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
(Constant)			
Pengungkapan_CSR	.846	1.182	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Intensitas_Modal	.848	1.179	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Pertumbuhan_Penjualan	.960	1.042	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Output SPSS 27, 2026

Uji multikolinearitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat korelasi yang kuat antara variabel independen dalam model regresi. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Melalui hasil tabel 4, dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel independen pada model regresi bebas multikolinearitas. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel independen mampu menjelaskan variabel dependen tanpa adanya hubungan linear yang kuat antar variabel independen.

3) Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 27, 2026

Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Grafik *Scatterplot* digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi gejala tersebut. Dengan memperhatikan sebaran titik-titik pada grafik. Melalui hasil uji yang terlihat pada gambar 3 dapat dilihat bahwa titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga model regresi bebas dari gejala heterokedastisitas.

4) Uji Autokorelasi

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.846 ^a	.716	.697	.07539	1.961

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan_Penjualan, Intensitas_Modal, Pengungkapan_CSR
b. Dependent Variable: Sustainability_Report

Sumber: Output SPSS 27, 2026

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antar residual pada periode pengamatan. Pengujian dilakukan menggunakan uji Durbin-Watson. Model regresi dinyatakan bebas autokorelasi apabila $du < dw < 4-du$. Berdasarkan hasil uji pada tabel 3. Diketahui nilai dw adalah 1,961 dengan nilai du dan 4-du ialah 1,6708 dan 2,3292. Maka dapat dituliskan $1,6708 < 1,961 < 2,3292$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami gejala autokorelasi.

5) Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	-.775	.126	
Pengungkapan_CSR	1.671	.159	.916
Intensitas_Modal	.251	.066	.330
Pertumbuhan_Penjualan	.139	.052	.220

a. Dependent Variable: Sustainability_Report

Sumber: Output SPSS 27, 2026

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menunjukkan sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan dan memengaruhi variabel dependen. Melalui hasil yang ditampilkan pada tabel 6 diperoleh persamaan linear berganda dalam penelitian, yaitu:

$$SR = -0,775 + 1,671X_1 + 0,251X_2 + 0,139X_3 + e \quad (6)$$

Berdasarkan persamaan diketahui nilai konstanta (α) memiliki tanda negatif dengan nilai sebesar -0,775. Hal ini menunjukkan bahwa jika seluruh variabel independen dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai *Sustainability Report* (Y) adalah -0,775. Variabel pengungkapan CSR (X_1) memiliki koefisien regresi (β_1) sebesar 1,671 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Pengungkapan CSR (X_1) dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka *Sustainability Report* akan naik sebesar 1,671. Nilai koefisien tersebut menunjukkan bahwa variabel pengungkapan CSR memiliki pengaruh paling dominan dibandingkan variabel independen lainnya dalam memengaruhi *sustainability report*. Nilai koefisien regresi variabel intensitas modal (β_2) memiliki nilai sebesar 0,251. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Intensitas Modal (X_2) dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka *Sustainability Report* akan naik sebesar sebesar 0,251. Pertumbuhan penjualan (X_3) memiliki nilai koefisien regresi (β_3) sebesar 0,139 yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan pada variabel Pertumbuhan Penjualan (X_3) dengan asumsi variabel lainnya konstan, maka *Sustainability Report* akan naik sebesar sebesar 0,139.

6) Uji Parsial

Pengujian ini digunakan untuk menentukan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen, dengan nilai signifikansi sebesar 0,05. Apabila $\text{sig} < 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka dapat diambil kesimpulan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan jumlah variabel independen dan data observasi diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 2,015. Berdasarkan hasil uji parsial diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a			
Model	T	Sig.	Keterangan
1 (Constant)	-6.158	.000	
Pengungkapan_CSR	10.495	.000	Berpengaruh positif dan signifikan
Intensitas_Modal	3.779	.000	Berpengaruh positif dan signifikan
Pertumbuhan_Penjualan	2.690	.010	Berpengaruh positif dan signifikan

a. Dependent Variable: Sustainability_Report

Sumber: Output SPSS 27, 2026

Berdasarkan tabel 7 diperoleh

- Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin luas aktivitas CSR perusahaan, maka semakin tinggi pula transparansi dan pengungkapan pada *sustainability report*.
- Intensitas modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report*. Hal ini mengartikan bahwa modal yang padat akan mendorong perusahaan meningkatkan transparansi *sustainability report* sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada *stakeholder*.

- c) Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report*. Menunjukkan bahwa perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang terus meningkat akan terdorong untuk meningkatkan transparansi pada *sustainability report*.

7) Uji Simultan

Tabel 8. Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.631	3	.210	37.031	.000 ^b
	Residual	.250	44	.006		
	Total	.882	47			

a. Dependent Variable: Sustainability_Report

b. Predictors: (Constant), Pertumbuhan_Penjualan, Intensitas_Modal, Pengungkapan_CSR

Sumber: Output SPSS 27, 2026

Penelitian ini menggunakan uji F untuk mengetahui pengaruh gabungan variabel independen terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Variabel independen dianggap memiliki pengaruh jika nilai signifikansi < 0,05 dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis diterima. Hasil uji pada tabel 8 menunjukkan nilai F_{hitung} adalah 37,031 memiliki nilai lebih besar dari F_{tabel} yaitu 2,816 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Maka, pengungkapan CSR, intensitas modal dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report*.

8) Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.846 ^a	.716	.697	.07539	1.961

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan_Penjualan, Intensitas_Modal, Pengungkapan_CSR

b. Dependent Variable: Sustainability_Report

Sumber: Output SPSS 27, 2026

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Penelitian ini menggunakan nilai *Adjust R Square* karena mampu menggambarkan kemampuan model dengan mempertimbangkan jumlah variabel independen yang digunakan. Berdasarkan tabel 9 diketahui nilai *adjust R square* adalah 0,697 atau 69,7%. Nilai ini menjelaskan bahwa variabel dalam penelitian ini yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (X_1), intensitas modal (X_2) dan pertumbuhan penjualan (X_3) mampu menjelaskan variabel *sustainability report* (Y) sebesar 69,7%. Sedangkan sisanya 30,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

3.2 Pembahasan

1. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Sustainability Report

Melalui pengujian diperoleh hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021-2024. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin banyak aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan, maka semakin tinggi dan lengkap pula tingkat keterbukaan informasi yang tersaji dalam *sustainability report*. Temuan ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan menjadi salah satu faktor penting yang mendorong peningkatan pada *sustainability report*.

Dalam konteks perusahaan makanan dan minuman, pengungkapan CSR mencerminkan upaya manajemen dalam mengelola isu keberlanjutan yang berkaitan langsung dengan aktivitas operasional perusahaan. Dimana sektor ini memiliki kaitan erat dengan penggunaan sumber daya alam, limbah hasil produksi serta konsumsi masyarakat, sehingga perusahaan pada sektor ini mendapatkan perhatian yang lebih dari *stakeholders*. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk meningkatkan *sustainability report* sebagai bentuk transparansi dan upaya mempertahankan legitimasi publik. Temuan ini juga menunjukkan bahwa perusahaan mulai memandang aktivitas

CSR tidak hanya sebagai suatu beban operasional, melainkan sebagai bentuk investasi jangka panjang untuk memperkuat citra dan meningkatkan kepercayaan konsumen hingga masyarakat.

Temuan ini sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan berupaya memperoleh dan *mempertahankan* kepercayaan dari masyarakat serta pemangku kepentingan melalui penyajian informasi yang sesuai dengan harapan pemangku kepentingan. Pada sektor makanan dan minuman, isu sosial dan lingkungan menjadi sangat sensitif karena aktivitas operasional perusahaan berkaitan langsung dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, pengungkapan CSR yang terintegrasi dalam *sustainability report* menjadi sarana bagi perusahaan untuk membangun kepercayaan publik serta dapat menjaga keberlangsungan usaha jangka panjang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [7] yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) *berpengaruh* signifikan dan positif terhadap *Sustainability Reporting*. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin luas perusahaan mengungkapkan aktivitas sosialnya, maka semakin tinggi pula tingkat transparansi pelaporan keberlanjutan perusahaan.

2. Pengaruh Pengungkapan Intensitas Modal Terhadap Sustainability Report

Melalui hasil uji, diperoleh hasil bahwa intensitas modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap sustainability report pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021-2024. Hasil ini menunjukkan bahwa besarnya investasi perusahaan dalam bentuk aset tetap, akan meningkatkan keterbukaan informasi dalam sustainability report. Temuan ini mengindikasikan bahwa modal yang padat akan mendorong perusahaan meningkatkan transparansi sustainability report sebagai bentuk akuntabilitas kepada stakeholder.

Pada perusahaan makanan dan minuman, intensitas modal berupa tingginya kepemilikan aset tetap seperti pabrik, tanah dan mesin produksi yang digunakan untuk mendukung aktivitas operasional perusahaan. Tingginya investasi aset tetap tersebut bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi, tetapi juga menimbulkan dampak operasional dan lingkungan yang lebih besar. Sehingga perusahaan akan mendapatkan perhatian yang lebih besar terkait dampak lingkungan seperti polusi dan limbah, penggunaan energi dan sumber daya. Selain itu, meningkatnya kesadaran investor dan konsumen terhadap isu keberlanjutan menyebabkan perusahaan perlu menunjukkan komitmennya terhadap praktik bisnis yang berkelanjutan. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk menerbitkan *sustainability report* secara lebih komprehensif untuk menunjukkan bahwa aktivitas operasional dan penggunaan aset perusahaan tersebut dikelola secara benar dan bertanggung jawab.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki tanggungjawab dan perlu menjaga hubungan baik dengan para pemilik kepentingan, terutama investor yang memiliki kepentingan terhadap keberlangsungan perusahaan. Tingginya intensitas modal dapat meningkatkan risiko perbedaan informasi terkait dampak jangka panjang dari aktivitas operasional perusahaan. Melalui *sustainability report*, manajemen berupaya mengurangi ketidakpastian tersebut dengan menyampaikan informasi keberlanjutan secara lebih terbuka sehingga dapat menjaga kepercayaan stakeholder terhadap perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [9] yang menyatakan bahwa intensitas modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report*. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan tingkat investasi aset tetap yang tinggi membutuhkan media yang dapat menjelaskan kegiatan operasional yang dilakukannya, khususnya terkait dampak sosial dan lingkungan.

3. Pengaruh Pengungkapan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Sustainability Report

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh hasil bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2021–2024. Hasil ini menunjukkan bahwa peningkatan penjualan perusahaan akan meningkatkan kelengkapan informasi dalam *sustainability report*. Temuan ini mengindikasikan bahwa pertumbuhan penjualan perusahaan mendorong manajemen untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas sosial perusahaan.

Dalam perusahaan makanan dan minuman, pertumbuhan penjualan mencerminkan adanya peningkatan penerimaan pasar terhadap produk perusahaan. Kondisi tersebut akan memberikan tambahan sumber daya finansial bagi perusahaan untuk mendukung aktivitas keberlanjutan, termasuk penyusunan *sustainability report* dengan standar GRI 2021 yang memerlukan biaya. Dengan meningkatnya keuangan perusahaan, manajemen memiliki kemampuan yang lebih besar untuk mengembangkan *sustainability report* dengan lebih baik tanpa mengganggu aktivitas operasional perusahaan. Pertumbuhan penjualan yang tinggi juga menyebabkan perusahaan memperoleh perhatian yang lebih besar dari investor, masyarakat, dan pasar. Pada sektor makanan dan minuman, kondisi ini terbilang sensitif karena aktivitas operasional perusahaan berkaitan langsung dengan isu lingkungan dan konsumsi masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan cenderung memperluas *sustainability report* sebagai bentuk komunikasi bahwa keuntungan yang dicapai tetap memperhatikan aspek sosial dan lingkungan. Kondisi ini menunjukkan bahwa *sustainability report* tidak hanya berfungsi sebagai media pelaporan, tetapi juga sebagai media perusahaan dalam menjaga reputasi dan kepercayaan *stakeholder*.

Berdasarkan teori sinyal, perusahaan dengan kinerja yang baik cenderung memberikan sinyal positif kepada *stakeholder* melalui pengungkapan informasi yang lebih luas. Pertumbuhan penjualan yang tinggi diartikan

sebagai keberhasilan perusahaan dalam mengelola bisnisnya, sehingga manajemen terdorong untuk memperkuat sinyal positif itu melalui *sustainability report*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian [11] yang menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap *sustainability report*. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan keadaan keuangan yang baik ditandai dengan tumbuhnya angka penjualan, memiliki dorongan yang lebih besar untuk meningkatkan transparansi *sustainability report*, khususnya pada perusahaan sektor makanan dan minuman yang memiliki keterkaitan erat dengan isu sosial dan lingkungan.

4. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Intensitas Modal dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Sustainability Report

Hasil pengujian menunjukkan, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), intensitas modal dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021–2024. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan, tingginya investasi pada aset tetap dan meningkatnya penjualan perusahaan secara bersama-sama memengaruhi tingkat keterbukaan informasi dalam *sustainability report*.

Pada perusahaan sektor makanan dan minuman, pengaruh simultan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan *sustainability report* tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor, tetapi merupakan hasil dari keterkaitan antara kondisi keuangan, operasional, dan komitmen sosial perusahaan. Pertumbuhan penjualan memberikan dukungan finansial bagi perusahaan untuk mendukung aktivitas operasional dan program keberlanjutan, sementara intensitas modal mencerminkan besarnya tanggung jawab perusahaan terhadap dampak operasional dan lingkungan. Pengungkapan CSR menjadi bentuk komitmen perusahaan dalam menyampaikan aktivitas sosial dan lingkungan secara nyata kepada *stakeholder*. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori *stakeholder* yang mengatakan perusahaan mempunyai tanggung jawab kepada pemangku kepentingan dan sejalan juga dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan selalu berupaya untuk memperoleh dan mempertahankan kepercayaan masyarakat melalui *sustainability report*. Manajemen berupaya mengurangi asimetri informasi serta memperoleh legitimasi publik dengan menunjukkan bahwa aktivitas operasional perusahaan dijalankan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan.

Penelitian ini memiliki hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya yaitu, penelitian [7], [9], dan [6] yang mengatakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), intensitas modal dan pertumbuhan penjualan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *sustainability report*. Kesamaan hasil tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dengan kondisi keuangan yang baik, modal yang padat pada aset tetap, dan tingkat aktivitas sosial yang tinggi cenderung memiliki tingkat transparansi *sustainability report* yang lebih baik, khususnya pada sektor industri yang memiliki sensitivitas sosial dan lingkungan yang tinggi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), intensitas modal, dan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial dan simultan terhadap *sustainability report* pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2021–2024. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan semakin menyadari pentingnya penyampaian dan transparansi *sustainability report* sebagai bentuk akuntabilitas dan komunikasi kepada *stakeholder*. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa aktivitas sosial perusahaan dan kondisi keuangan yang didukung tingginya intensitas modal dan pertumbuhan penjualan dapat mendorong perusahaan untuk meningkatkan *sustainability report* secara lebih transparan, lengkap dan terstruktur.

Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, diantaranya ruang lingkup objek penelitian hanya terbatas pada perusahaan makanan dan minuman, sehingga temuan belum mencerminkan perilaku laporan keberlanjutan pada sektor industri lainnya secara menyeluruh. Penelitian ini terbatas pada pengungkapan CSR, intensitas modal, dan pertumbuhan penjualan serta periode pengamatan juga relatif singkat, yaitu hanya mencakup empat tahun dari 2021 - 2024. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan objek dengan melibatkan sektor lain atau pada industri yang memiliki sensitivitas lingkungan yang tinggi. Selain itu, penelitian berikutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain yang relevan, seperti *green accounting*, *media exposure*, manajemen laba dan likuiditas saham guna memperoleh hasil yang lebih menyeluruh terkait faktor-faktor yang memengaruhi *sustainability report*.

REFERENCES

- [1] A. Clara dan S. Salim, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Sustainability Report," *J. Paradig. Akunt.*, vol. 4, no. 4, hal. 1501–1511, 2022, doi: 10.24912/jpa.v4i4.21328.
- [2] A. D. Astuti dan J. Juwenah, "Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan Yang Tergabung Dalam LQ 45 Tahun 2012-2013," *Accountthink J. Account. Financ.*, vol. 2, no. 01, hal.

- 301–313, 2017, doi: 10.35706/acc.v2i01.733.
- [3] A. Piliang, Meutia, E. Bastian, dan M. Muchlish, “Driving Radical Innovation: External Stimuli, Organization Culture And Mcs’s Role In Startup Success Moderated By Technological Turbulence,” *Interdiscip. J. Information, Knowledge, Manag.*, vol. 20, no. 7, hal. 1–25, 2025, doi: <https://doi.org/10.28945/5451>.
- [4] ni putu yunita Dewi dan i putu Sudana, “Sustainability Reporting Dan Pandemi Covid-19,” *E-Jurnal Akunt.*, vol. 32, no. 9, hal. 2251, 2022, doi: <https://doi.org/10.24843/EJA.2022.v32.i09.p02>.
- [5] N. P. Asri dan M. A. Handoyo, “Kajian Tentang Food Loss dan Food Waste: Kondisi, Dampak, dan Solusinya,” vol. 6, no. 2, hal. 82–89, 2024, doi: <https://doi.org/10.24929/jfta.v6i2.4014>.
- [6] D. U. Wardoyo, B. Ufiana, P. S. Nareswari, dan T. Daresta, “The Influence of Independent Commissioners , Sales Growth and Financial Performance on Sustainability Reports,” vol. 1, no. 11, hal. 3891–3902, 2022, doi: <https://doi.org/10.56799/jim.v1i11.987>.
- [7] N. Nutriastuti dan D. Annisa, “Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kualitas Audit Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Sustainability Reporting,” *JABI (Jurnal Akunt. Berkelanjutan Indones.*, vol. 3, no. 2, hal. 117–128, 2020, doi: 10.32493/jabi.v3i2.y2020.p117-128.
- [8] M. Y. P. Nugraha, “Pengaruh Good Corporate Governance Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Dan Sustainability Report Sebagai Variabel Intervening Pada Industri Perbankan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2013-2015,” *J. Ekon. Akunt.*, vol. 4, no. 2, hal. 1–22, 2019, doi: <https://doi.org/10.30996/jea17.v4i02.3300>.
- [9] R. F. Lubis, “Pengaruh Intensitas Modal dan Profitabilitas terhadap Sustainability Reporting,” *J. Ekon. Bisnis, Manaj. dan Akunt.*, vol. 2, no. 2, hal. 69–75, 2022, doi: <https://doi.org/10.47709/jebma.v2i2.1830>.
- [10] F. N. Rohmah dan L. M. Ifada, “Dampak Intensitas Modal Terhadap Pengungkapan Laporan Keberlanjutan (Sustainability Report) Dengan Mediasi Profitabilitas,” vol. 4, no. 1, hal. 157–175, 2025.
- [11] R. Handayani, “The Effect of Company Characteristics and Sales Growth on Sustainability Report,” *J. Sci. Res. Reports*, hal. 21–31, 2021, doi: 10.9734/jsrr/2021/v27i1230473.
- [12] V. K. Subroto dan E. Endaryati, *Kumpulan Teori Akutansi*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2024.
- [13] D. A. Aruan, C. Liandy, dan D. Christina, “Pengaruh Kepemilikan Publik , NPM , Pertumbuhan CSR pada Perusahaan Infrastruktur,” *Own. Ris. J. Akunt.*, vol. 5, hal. 556–565, 2021, doi: <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.455>.
- [14] A. Difta Yasah, S. Syarifatul Ajuj, L. Kusuma Ayu Fardani, R. Hidayat, dan M. Ikaningtyas, “Keterlibatan Pemangku Kepentingan Dalam Perencanaan Dan Pengembangan Bisnis Berkelanjutan,” *J. Media Akad.*, vol. 2, no. 4, hal. 3031–5220, 2024, doi: <https://doi.org/10.62281/v2i4.230>.
- [15] E. E. Susanto dan Z. Suryani, “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Cakrawala Ilm.*, vol. 3, no. 9, hal. 2413–2426, 2024.
- [16] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif , Kualitatif dan R&D*, 27 ed. Bandung: Alfabeta, 2022.
- [17] S. H. Lisnawati, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sustainability Reporting Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2020,” *Indones. Res. J. Educ.*, vol. 4, no. 3, hal. 474–482, 2024, doi: <https://doi.org/10.31004/irje.v4i3.803>.
- [18] Gressy, “Perkembangan Penelitian Corporate Social Responsibility (CSR) Di Indonesia Selama 15 Tahun (Perspektif Studi Literatur),” *J. Ekon. Ekon. Syariah Vol*, vol. 7, no. 1, hal. 897–911, 2024, doi: <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1498>.
- [19] Y. Pajaria, “Pengaruh Diversitas Gender Dan Kebangsaan Dewan Direksi Dan Komisaris Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responbility,” *Khozana J. Islam. Econ. Bank.*, vol. 3, no. 2, hal. 49–68, 2020.
- [20] F. Andreani dan Ngadiman, “Pengaruh Capital Intensity, Leverage, Dan Company Size Terhadap Tax Avoidance,” *J. Paradig. Akunt.*, vol. IV, no. 4, hal. 1894–1904, 2022, doi: <https://doi.org/10.24912/jpa.v4i4.21456>.
- [21] A. L. Fajriah, A. Idris, dan U. Nadhiroh, “Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan,” *J. Ilm. Manaj. dan Bisnis*, vol. 7, no. 1, hal. 1–12, 2022, doi: 10.38043/jimb.v7i1.3218.
- [22] A. A. Tanjung dan Muliyani, *Metodologi Penelitian: Sederhana, Ringkas, Padat dan Mudah Dipahami*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2021.