

Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berbasis Aplikasi Digital pada Telkom Witel Sulbagteng

Dhea Ananda Putri Sitopan^{1✉}, Rahma Masdar², Masruddin³, Rudy Usman⁴, Betty⁵
(1,2,3) Program Studi Akuntansi Sektor Publik, Universitas Tadulako Sulawesi Tengah, Indonesia

Abstrak: Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis aplikasi digital memerlukan transparansi dan akuntabilitas agar program berjalan efektif serta memberikan manfaat bagi penerima manfaat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh transparansi dan akuntabilitas terhadap program CSR berbasis aplikasi digital pada PT Telkom Witel Sulbagteng. Penelitian ini memanfaatkan metode kuantitatif melalui distribusi kuesioner kepada 80 para penerima manfaat (UMKM Binaan). Data dianalisis menggunakan SPSS 26 melalui uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa transparansi berpengaruh negatif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar -0,332, sedangkan akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,956. Secara simultan, kedua variabel berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi sebesar 57,6%. PT Telkom Witel Sulbagteng disarankan meningkatkan penyampaian informasi dan mekanisme pertanggungjawaban agar manfaat program CSR berbasis aplikasi digital lebih optimal dirasakan oleh penerima manfaat (UMKM Binaan).

Abstract: The implementation of *Corporate Social Responsibility* (CSR) programs based on digital applications requires transparency and accountability to ensure that the programs run effectively and provide benefits to the beneficiaries. This study aims to examine the influence of transparency and accountability on digital application-based CSR programs at PT Telkom Witel Sulbagteng. This study employed a quantitative method by distributing questionnaires to 80 beneficiaries (supported MSMEs). The data were analyzed using SPSS 26 through instrument validation, classical assumption tests, multiple linear regression, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination. The results indicate that transparency has a negative and significant effect with a regression coefficient of -0.332, while accountability has a positive and significant effect with a regression coefficient of 0.956. Simultaneously, both variables had a significant effect, with a coefficient of determination of 57.6%. PT Telkom Witel Sulbagteng is advised to improve information dissemination and accountability mechanisms so that the benefits of the digital-app-based CSR program can be more fully realized by the beneficiaries (supported MSMEs).

Article history:

Received: 27 August 2026
Revised: 10 September 2026
Accepted: 12 September 2026
Published: 14 September 2026

Kata kunci:

Transparansi, Akuntabilitas, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), Aplikasi Digital, UMKM

Keyword:

Transparency, Accountability, Corporate Social Responsibility (CSR), Digital Applications, MSMEs

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



How to cite: Sitopan, D. A. P., Masdar, R., Masruddin, M., Usman, R., & Betty, B. (2026). Pengaruh Transparansi dan Akuntabilitas terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berbasis Aplikasi Digital pada Telkom Witel Sulbagteng. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis*, 4(3), 1253–1264. <https://doi.org/10.70716/emis.v4i3.846>

PENDAHULUAN

Paradigma pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengalami perubahan secara digital, dari yang sebelumnya hanya dipandang sebagai kewajiban normatif perusahaan menjadi bentuk pertanggungjawaban publik yang dapat diukur dan dievaluasi. Transformasi ini mendorong perusahaan agar tidak sekadar memburu laba, sekaligus wajib mempertimbangkan efek aspek kemasyarakatan serta kelestarian alam atas operasional. Pemahaman kolektif tersebut menjadikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian penting pada kebijakan strategis perusahaan yang pelaksanaannya dituntut untuk dilakukan secara transparan dan akuntabel (Alfarizi, 2023 dalam Hasana et al., 2025).

Dalam konteks perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN), pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) memegang landasan yang lebih kuat karena didukung oleh regulasi pemerintah yaitu Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/04/2021, 2021), BUMN diwajibkan melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL) sebagai elemen dari wujud nyata dari konsistensi pada pembangunan jangka panjang, termasuk mengalokasikan dana TJSL/CSR minimal 4% dari laba bersih perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi wujud manifestasi tanggung jawab perusahaan dalam menghasilkan pengaruh yang baik bagi masyarakat, lingkungan, pelanggan, pekerja, dan *stakeholder* lainnya (Jao et al., 2023). Salah satu implementasi CSR serta banyak diimplementasikan perusahaan yakni berdasarkan pemberdayaan dan edukasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). PT Telkom Witel Sulbagteng menjalankan program pembinaan UMKM sebagai bagian dari pelaksanaan CSR perusahaan dengan tujuan mendukung peningkatan perekonomian masyarakat. Program tersebut dilaksanakan melalui pelatihan, pendampingan, serta penguatan adaptasi digital seperti pemasaran digital dan literasi digital. Pelaku UMKM juga diberikan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial dan *platform* digital untuk mendukung pengembangan usaha, sejalan dengan program *Go Modern, Go Global, Go Online, dan Go Digital* (PT Telkom Indonesia, 2026). Pelaksanaan CSR melalui pemberdayaan UMKM memberikan dampak positif terhadap reputasi PT Telkom Witel Sulbagteng. Program pembinaan dan digitalisasi UMKM turut memperkuat citra perusahaan sebagai BUMN yang mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat serta meningkatkan kepercayaan publik.

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) kini tidak dijalankan secara konvensional, namun mulai memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan program serta mendukung penerapan transparansi dan akuntabilitas. Dalam lingkup *Corporate Social Responsibility* (CSR), perencanaan strategis teknologi informasi diperlukan agar implementasi program CSR berbasis aplikasi digital dapat berjalan secara terstruktur, selaras dengan visi organisasi, serta mendukung penerapan transparansi dan akuntabilitas (Silaen & Mastan, 2021). Dalam implementasinya, PT Telkom Witel Sulbagteng memanfaatkan beberapa aplikasi digital dalam mendukung program CSR, antara lain UKM Hub, UKM Akses, KasirAja, serta PaDi UMKM sebagai sarana pemberdayaan pelaku UMKM. Selain itu, sosial media seperti instagram digunakan sebagai media penyebaran informasi pelatihan, publikasi kegiatan, dan komunikasi.

Penggunaan aplikasi digital dalam program CSR telah dirancang dengan mekanisme yang mencerminkan prinsip transparansi dan akuntabilitas, seperti keterbukaan informasi program, dokumentasi kegiatan, serta sistem pelaporan yang terdigitalisasi. Secara administratif, pelaksanaan tersebut menunjukkan tata kelola yang berintegritas. Namun, penerapan transparansi dan akuntabilitas yang tampak pada sistem belum tentu sepenuhnya dirasakan oleh penerima manfaat (UMKM Binaan).

Sebagian besar penelitian terdahulu masih membahas *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara umum, sebagian besar bersifat deskriptif, berfokus pada bagaimana CSR memengaruhi citra dan poin-poin penting perusahaan, namun terdapat kekurangan penelitian yang berupaya secara eksplisit meneliti bagaimana transparansi dan akuntabilitas memengaruhi inisiatif CSR berbasis aplikasi digital, terutama ketika dilakukan secara kuantitatif dan dari sudut pandang penerima manfaat langsung yaitu (UMKM Binaan).

Transparansi dan akuntabilitas menjadi aspek penting dalam CSR berbasis aplikasi digital karena informasi dan pertanggungjawaban program belum tentu dipahami serta dirasakan secara optimal oleh penerima manfaat (UMKM Binaan). Temuan ini memaparkan ketimpangan yang kentara antara sistem dan persepsi penerima manfaat. Penelitian ini diupayakan untuk menguji berdasarkan bukti di lapangan Pengaruh Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berbasis Aplikasi Digital Pada PT Telkom Witel Sulbagteng.

Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak diteliti dari berbagai sudut pandang untuk melihat dampaknya terhadap perusahaan maupun pemangku kepentingan. Sebagai acuan,

terdapat penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa CSR mendorong keterbukaan informasi serta pertanggungjawaban perusahaan kepada publik, baik dalam aspek sosial maupun lingkungan (Rahmawati et al., 2024). Selanjutnya keterbukaan informasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG) berpengaruh positif mengenai nilai perusahaan, sehingga keduanya memberikan manfaat strategis bagi perusahaan (Atikah et al., 2026). Temuan ini didukung oleh penelitian lain yang menunjukkan bahwa pembaruan CSR di era digital dapat mengoptimalkan nilai perusahaan melalui peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan efektivitas komunikasi dengan *stakeholder* (Sisdianto, 2024).

Teori legitimasi mengatakan bahwa perusahaan adalah bagian dari masyarakat, Perusahaan selalu memastikan bahwa kinerjanya sesuai dengan standar dan peraturan sosial dan perusahaan tidak sepenuhnya berwenang untuk mengoptimalkan sumber daya alam (Ramadhani & Maresti, 2021). Kondisi tersebut dipicu oleh interaksi dua arah yang ada antara perusahaan dan masyarakat, yang mendorong tujuan perusahaan demi selaras dengan tujuan masyarakat. Teori legitimasi membuktikan relevansi hubungan yang terjalin antara perusahaan dan masyarakat. Dalam Konteks ini, praktik pengungkapan diaplikasikan oleh perusahaan sebagai *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk memperoleh kepercayaan publik. Gagasan ini menyatakan bahwa perusahaan memiliki kesepakatan sosial yang mengharuskan perusahaan beroperasi sesuai peraturan dan prinsip yang diterapkan (Khopipah et al., 2024).

Teori *stakeholder* perusahaan memiliki kewajiban kepada pemilik modal dan pihak-pihak terkait lainnya (Aruan et al., 2021). Hal Ini berhubungan erat dengan kenyataan bahwa banyak orang berkontribusi pada keberlangsungan bisnis. *Stakeholder* dapat membantu mempertimbangkan pemangku kepentingan dengan lebih baik, seperti dengan memberi hak-hak mereka. Dalam praktiknya, teori *stakeholder* memotivasi perusahaan agar berkonsentrasi pada dampak operasi-operasi terhadap masyarakat dan lingkungan mereka selain profitabilitas. Perusahaan dapat menunjukkan bahwa mereka menghargai hak dan kepentingan *stakeholder* dengan mengungkapkan CSR (Okalesa et al., 2021).

Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) yang positif tidak hanya mendatangkan manfaat bagi perusahaan, tetapi juga untuk seluruh pihak yang berkepentingan ini merupakan tindakan krusial untuk membangun perusahaan yang kuat, berkelanjutan, dan bisa diandalkan. (Sabrina N.N & I.Sadalia, 2021). Semakin baik *Good Corporate Governance* yang diperoleh oleh perusahaan, maka akan semakin baik juga perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* (Gunawan & Chen, 2025).

Transparansi adalah pilar utama yang mewajibkan adanya keterbukaan dan kejelasan pada ranah sektor-sektor aktivitas publik, bisnis, dan organisasi. Mewujudkan keterbukaan akses yang inklusif bagi seluruh pihak terkait dapat dengan mudah mendapatkan informasi penting dan relevan adalah tujuan utama penerapan transparansi (Rosidah et al., 2023).

Akuntabilitas publik merupakan kewajiban dari pihak yang dipercaya (perusahaan) demi memberikan penjelasan, laporan, dan pengungkapan kepada pihak yang dipercaya (peserta), yang memiliki hak dan wewenang untuk menuntut akuntabilitas tersebut, mengenai setiap aktivitas yang berada di bawah wewenang perusahaan (Mardiasmo, 2021).

Menurut (Undang-Undang (UU) No. 40 Tahun 2007) Tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap pertumbuhan keberlanjutan finansial jangka panjang dikenal sebagai tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan tujuan mengoptimalkan lingkungan dan kredibilitas hidup demi kepentingan perusahaan, lingkungan sekitar, dan masyarakat luas. *Corporate Social Responsibility* (CSR) Mendatangkan manfaat bagi perusahaan, masyarakat, dan pemerintah. Peningkatan kinerja karyawan, suasana sosial yang positif, dan reputasi perusahaan yang lebih baik semuanya merupakan keuntungan bagi perusahaan yang lebih optimal. Bagi masyarakat, CSR membantu kebijakan perusahaan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar dengan meningkatkan kualitas hidup. Dari sudut pandang pemerintah, manfaat yang diberikan meliputi

pembangunan, fasilitas dan infrastruktur, serta bantuan keuangan (Khoirunnisa & Muhammad, 2022). Pemanfaatan aplikasi digital pada proses realisasinya *Corporate Social Responsibility* (CSR) memberikan manfaat signifikan guna mengoptimalkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan program. Selain itu, penggunaan aplikasi digital mendorong keterbukaan informasi karena perusahaan dapat menyampaikan capaian program, dokumentasi kegiatan, serta laporan dampak sosial secara lebih transparan kepada pemangku kepentingan (Rahmawati et al., 2024).

Berdasarkan paparan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan, maka formulasi hipotesis dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

H1: Transparansi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis aplikasi digital.

H2: Akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis aplikasi digital.

H3: Transparansi dan Akuntabilitas secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis aplikasi digital.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif lewat rancangan penelitian eksplanasi untuk menguji pengaruh transparansi dan akuntabilitas pada program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis aplikasi digital pada PT Telkom Witel Sulbagteng. Teknik analisis data diaplikasikan melalui model regresi linier berganda diolah lewat program SPSS versi 26. Metode ini digunakan karena bisa mengukur keterkaitan antar variabel penelitian secara bersama-sama sekaligus sesuai diterapkan pada penelitian dengan jumlah responden yang terbatas.

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini mencakup total 216 UMKM yang teregistrasi sebagai pihak penerima manfaat program *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada PT Telkom Witel Sulbagteng. Berdasarkan perhitungan rumus slovin dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) 10 % (0,1), ukuran sampel minimal yang ditetapkan adalah 68 responden. Namun pada pelaksanaannya peneliti berhasil mengumpulkan dan menganalisis data dari 80 responden. Adapun penjabaran formulasinya adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\n &= \frac{216}{1 + 216 (0,1)^2} \\n &= \frac{216}{1 + 216(0,01)} \\n &= \frac{216}{1 + 2,16} \\n &= \frac{216}{3,16} \\n &= 68,35 \\n &= 68 \text{ responden}\end{aligned}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan (*Margin of Error*)

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menerapkan dua bentuk sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer bersumber dari penyebaran kuesioner kepada penerima manfaat (UMKM Binaan) program CSR PT Telkom Witel Sulbagteng. Data sekunder bersumber dari berkas pelaporan serta dokumen yang diolah oleh staf PT Telkom Witel Sulbagteng, seperti laporan pelaksanaan program CSR dan data pendukung lainnya yang relevan. Penggunaan kedua jenis data bertujuan untuk mendukung pengkajian mengenai penerapan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaksanaan program CSR berbasis aplikasi digital pada PT Telkom Witel Sulbagteng.

Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Instrumen penelitian yang digunakan berupa kuisisioner berdasarkan skala likert 1-5, dengan ketetapan skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju dan nilai 5 menunjukkan sangat setuju. Kuisisioner ini terdiri dari pernyataan-pernyataan yang mengukur variabel Transparansi (X1), Akuntabilitas (X2) dan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis aplikasi digital (Y).

Mekanisme analisis data mencakup tahapan pemrosesan, evaluasi, dan interpretasi data dalam menanggapi permasalahan penelitian atau menguji hipotesis. Analisis data dalam penelitian ini dijalankan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistics 26*.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas diterapkan guna mengukur ketepatan instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang diamati. Proses pengujian ini bersandar pada korelasi *Pearson Product Moment* dengan mengorelasikan nilai r hitung dan r tabel pada taraf signifikansi 0,05. Instrumen terbukti valid jika angka r hitung $> r$ tabel dan bernilai positif (Machali, 2021).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan demi mengetahui keandalan alat ukur penelitian. Pengujian dijalankan menerapkan *Cronbach's Alpha*. Alat ukur dikategorikan reliabel jika angka *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ (Machali, 2021).

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa nilai residual dalam model memiliki distribusi yang normal. Prosedur pengujian ini menerapkan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Data dikategorikan berdistribusi normal jika angka signifikansi $> 0,05$ (Machali, 2021).

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas berfungsi untuk melihat terjadinya keterkaitan antarvariabel bebas. Kriteria bebas multikolinearitas terpenuhi apabila koefisien Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 (Machali, 2021).

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk memantau varians residual yang tidak konstan dalam model regresi. Pengujian dijalankan menerapkan Uji Glejser. Model regresi dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas jika angka signifikansi $> 0,05$ (Machali, 2021).

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diimplementasikan guna mengukur besaran kontribusi beberapa variabel independen terhadap variabel dependen (Wulandari et al., 2024). Model regresi yang digunakan yakni:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Program CSR Berbasis Aplikasi Digital

a	= Konstanta
β_1, β_2	= Koefisien regresi
X_1	= Transparansi
X_2	= Akuntabilitas
e	= Error (residual)

Uji Hipotesis

Uji t Parsial

Uji t parsial diterapkan guna menganalisis pengaruh tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikat. Variabel disimpulkan memberikan kontribusi signifikan apabila perolehan angka signifikansi < 0,05 (Wulandari et al., 2024).

Uji F Simultan

Uji F simultan diterapkan guna menganalisis dampak seluruh variabel independen secara kolektif terhadap variabel dependen. Model dinyatakan signifikan jika angka signifikansi < 0,05 atau nilai F hitung > F tabel (Wulandari et al., 2024).

Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertindak sebagai parameter untuk memetakan seberapa besar presentase variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Kenaikan pada angka R^2 , mengindikasikan bahwa kemampuan variabel bebas dalam membuktikan keberadaan variabel terikat menjadi semakin optimal (Wulandari et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) bertindak sebagai salah satu badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak pada ranah penyediaan layanan teknologi komunikasi serta infrastruktur jaringan digital di Indonesia. Pemerintah menguasai 52,09% saham Telkom, sedangkan masyarakat 47,91%. Telkom membawahi dua belas unit perusahaan yang beroperasi di berbagai bidang. Perusahaan ini didirikan oleh PN Telekomunikasi sesuai dengan PP No. 30 pada tanggal 6 Juli 1965, dengan tujuan mengembangkan ekonomi nasional dan meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Dalam mendorong digitalisasi di Indonesia, Telkom menghadirkan beberapa *platform* unggulan. PaDi UMKM adalah *platform* digital yang mempertemukan UMKM dengan BUMN untuk membuka jalan UMKM memperoleh transaksi dan pembiayaan. UKM Hub merupakan ekosistem digital Telkom untuk pemberdayaan UMKM, mulai dari pelatihan, pembiayaan, hingga akses pasar, selain itu ada KasirAja, aplikasi kasir digital yang membantu UMKM dalam mencatat transaksi dan membuat laporan keuangan agar lebih modern dan efisien.

Sebagai bentuk komitmen sosial, program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Telkom berfokus pada pencapaian SDGS melalui Pilar Ekonomi: Digitalisasi & Pembinaan UMKM. Telkom mendampingi UMKM agar *go digital* dan *go modern* melalui pelatihan *e-commerce*, pendampingan transformasi digital, serta mendorong UMKM dalam ekosistem BUMN.

Dalam upaya menganalisis pengaruh program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis aplikasi digital telkom terhadap pelaku usaha, penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuisisioner online kepada UMKM Binaan. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, sampel minimal yang dibutuhkan adalah 68 responden, namun data yang berhasil terkumpul mencapai 80 responden. Jumlah ini telah melampaui batas minimal sehingga sangat tepat digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut. Adapun profil dari 80 responden tersebut berdasarkan jenis usaha, lama menjadi umkm binaan, serta ringkasan tanggapan responden ditunjukkan oleh data pada tabel-tabel berikut:

Tabel 1. Identitas Responden Menurut Jenis Usaha

Jenis Usaha	Frekuensi	Presentase (%)
Kuliner	57	71,3
Industri/Produksi	12	15,0
Perdagangan	4	5,0
Jasa	4	5,0
Ekonomi Kreatif	1	1,3
Buat Sofa/Divan Dan Reparasi	1	1,3
Penjahit	1	1,3
Total	80	100

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Mayoritas responden merupakan pelaku UMKM yang bergerak pada bidang kuliner, yaitu sebanyak 57 responden (71,3%). Selanjutnya, sebanyak 12 responden (15,0%) bergerak pada bidang industri/produksi. Sementara itu, masing-masing 4 responden (5,0%) bergerak pada bidang perdagangan dan jasa. Adapun bidang ekonomi kreatif, usaha sofa/divan dan reparasi, serta penjahit masing-masing berjumlah 1 responden (1,3%). Hasil ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh pelaku usaha di sektor kuliner.

Tabel 2. Identitas Responden Berdasarkan Lama Menjadi UMKM Binaan

Lama Menjadi UMKM Binaan Telkom	Frekuensi	Presentase (%)
< 1 Tahun	26	32,5
1-3 tahun	25	31,3
4-6 Tahun	13	16,2
7-10 tahun	9	11,3
< 10 tahun	7	8,7
Total	80	100

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Mayoritas responden telah menjadi UMKM binaan Telkom selama kurang dari 1 tahun, yaitu sebanyak 26 responden (32,5%). Selanjutnya, 25 responden (31,3%) telah menjadi UMKM binaan selama 1–3 tahun. Responden yang telah menjadi binaan selama 4–6 tahun berjumlah 13 responden (16,2%), sedangkan yang telah bergabung selama 7–10 tahun sebanyak 9 responden (11,3%). Adapun responden yang telah menjadi UMKM Binaan diatas 10 tahun berjumlah 7 responden (8,7%). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merupakan UMKM yang relatif baru bergabung dalam program binaan Telkom.

Tabel 3. Tanggapan Responden terhadap Program CSR

Kategori Jawaban	Frekuensi	Presentase (%)
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	1,3
Tidak Setuju (TS)	2	2,5
Netral (N)	8	10,0
Setuju (S)	35	43,7
Sangat Setuju (SS)	34	42,5
Total	80	100

Sumber: Data diolah oleh peneliti, 2026

Deskripsi pada tabel menunjukan bahwa mayoritas subjek memberikan tanggapan positif dengan rincian sebanyak 35 responden (43,7%) menyatakan setuju dan 34 responden (42,5%) memberikan jawaban sangat setuju. Sementara itu, hanya sebagian kecil responden yang memberikan jawaban netral, tidak setuju, maupun sangat tidak setuju. Temuan ini mengindikasikan adanya kecenderungan pandangan yang baik dari mayoritas sampel terhadap implementasi Program CSR berbasis aplikasi digital pada PT Telkom Witel Sulbagteng. Temuan ini juga memperlihatkan bahwa skema yang

diterapkan berjalan sangat efektif dan menyalurkan faedah dan mengakomodasi kebutuhan para pelaku UMKM binaan.

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS versi 26 untuk menguji pengaruh transparansi dan akuntabilitas terhadap program *Corporate Social Responsibility* (CSR) berbasis aplikasi digital. Tahapan analisis diawali dengan uji kualitas instrumen kemudian dilanjutkan dengan uji asumsi klasik dan uji hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

Uji Kualitas Instrumen

Tabel 4. Uji Validitas

Variabel	Item Kuisioner	Nilai R-Hitung	Nilai R-Tabel	Keterangan
Transparansi	X1.1	0,797	0,355	Valid
	X1.2	0,816	0,355	Valid
	X1.3	0,881	0,355	Valid
	X1.4	0,749	0,355	Valid
	X1.5	0,719	0,355	Valid
Akuntabilitas	X2.1	0,795	0,355	Valid
	X2.2	0,808	0,355	Valid
	X2.3	0,540	0,355	Valid
	X2.4	0,833	0,355	Valid
	X2.5	0,681	0,355	Valid
Program CSR	Y1	0,786	0,355	Valid
	Y2	0,873	0,355	Valid
	Y3	0,905	0,355	Valid
	Y4	0,676	0,355	Valid
	Y5	0,684	0,355	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti, SPSS 2026

Hasil pemeriksaan validitas menunjukkan bahwa semua item kuisioner untuk variabel transparansi, akuntabilitas dan program CSR berbasis aplikasi digital memiliki koefisien $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai signifikansi $< 0,05$ seluruh instrumen dinyatakan valid sehingga siap digunakan untuk pengumpulan data penelitian.

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Nilai Cronbach's Alpha	Standar Koefisien	Keterangan
Variabel X1	5	0,851	0,70	Reliabel
Variabel X2	5	0,791	0,70	Reliabel
Variabel Y	5	0,848	0,70	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti, SPSS 2026

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan bahwa perolehan nilai Cronbach's Alpha untuk masing-masing melewati angka 0,70. Kenyataan ini menegaskan bahwa kuisioner penelitian memiliki ketepatan ukur yang tinggi dan konsisten.

Tabel 6. Uji Asumsi Klasik

Jenis Pengujian	Indikator Statistik	Nilai Output	Kriteria Kelayakan	Keterangan
Uji Normalitas	Asymp.Sig. (2-tailed)	0,200	$> 0,05$	Berdistribusi Normal
Uji Multikolinearitas	Tolerance Transparansi (X ₁)	0,471	$> 0,10$	Bebas Multikololinearitas
	VIF Transparansi (X ₁)	2,124	$< 10,00$	

	<i>Tolerance</i> Akuntabilitas (X ₂)	0,471	> 0,10	
	VIF Akuntabilitas (X ₂)	2,124	< 10,00	
Uji Heteroskedastisitas	Sig. Glesjer Transparansi (X ₁)	0,731	> 0,05	Bebas Heteroskedastisitas
	Sig. Glesjer Akuntabilitas (X ₂)	0,988	> 0,05	

Sumber: Data diolah oleh peneliti, SPSS 2026

Berdasarkan tabel 6 diatas, hasil pengujian asumsi klasik dapat dijabarkan melalui tiga poin berikut:

1. Uji Normalitas: Perolehan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 memberikan bukti empiris bahwa nilai residual dalam model regresi telah memenuhi asumsi distribusi normal.
2. Uji Multikolinearitas: Nilai *Tolerance* senilai 0,471 (> 0,10) yang dibarengi dengan koefisien VIF sebesar 2,124 (< 10,00) membuktikan bahwa tidak terjadi gejala hubungan linear yang kuat (Multikolinearitas) antar variabel bebas.
3. Uji Heteroskedastisitas: Nilai signifikan uji Glesjer untuk variabel Transparansi (X₁) sebesar 0,731 dan Akuntabilitas (X₂) sebesar 0,988 lebih besar dari 0,05 sehingga persamaan regresi terbebas dari masalah Heteroskedastisitas.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Variabel Penelitian	Unstandardized Coefficients (B)	Standardized Coefficients (Beta)	Nilai t _{hitung}	Nilai Signifikan (Sig.)	Keterangan
(Constant)	8,097		4,694	0,000	
Transparansi (X ₁)	-0,332	-0,331	-3,064	0,003	Negatif dan Signifikan
Akuntabilitas (X ₂)	0,956	0,965	8,923	0,000	Positif dan Signifikan
Uji F (Simultan)					
-Nilai F _{hitung}	52,274				
-Nilai Sig. F	0,000				Bersama-sama signifikan
Koefisien Determinasi					
-R Square (R ²)	0,576				Kontribusi Pengaruh 57,6%

Sumber: Data diolah oleh peneliti, SPSS 2026

Berdasarkan tabel 7 diatas, hasil analisis regresi linear berganda dan dan pengujian hipotesis dapat dijabarkan melalui empat poin tersebut:

1. Model Persamaan Linear Berganda

Model persamaan linear berganda yang terbentuk dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 8,097 - 0,332X_1 + 0,956X_2$$

Nilai konstanta sebesar 8,097 mengindikasikan tingkat program CSR saat kedua variabel independen bernilai nol.

2. Uji Parsial (Uji t): Variabel Transparansi (X₁) terkonfirmasi berpengaruh negatif serta signifikan bagi pelaksanaan program CSR dengan nilai t_{hitung} -3,064 (Sig.0,003). Sementara itu, variabel Akuntabilitas (X₂) memperlihatkan pengaruh positif dan signifikan bagi pelaksanaan program CSR dengan nilai t_{hitung} 8,923 (Sig.0,000).

3. Uji Simultan (Uji F): Pengujian secara kolektif membuktikan bahwa (X_1) dan Akuntabilitas (X_2) secara bersama-sama mempengaruhi program CSR secara signifikan. Hal ini didasarkan pada perolehan nilai F_{hitung} sebesar 52,274 dengan probabilitas signifikansi 0,000 ($<0,05$).
4. Koefisien Determinasi (R^2): Nilai R Square diperoleh sebesar 0,576. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh variabel Transparansi dan Akuntabilitas secara bersama-sama memengaruhi Program CSR adalah sebanyak 57,6% sedangkan 42,4% sisanya berasal dari kontribusi variabel lain yang tidak dikaji.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel Transparansi memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap program CSR berbasis aplikasi digital pada PT Telkom Witel Sulbagteng. Berdasarkan data deskriptif, pihak masyarakat selaku pelaku UMKM memberikan penilaian yang tinggi bagi keterbukaan data di aplikasi digital. Namun, hasil pengujian lanjutan membuktikan bahwa tingginya penilaian transparansi ini malah menurunkan efektivitas dari program CSR tersebut. Hal ini terjadi karena penyampaian informasi yang terlalu detail justru membuat publik curiga bahwa keterbukaan masif dari perusahaan tersebut hanya bentuk pencitraan semata, sehingga tanggapan terhadap manfaat nyata program menjadi berkurang. Berdasarkan teori legitimasi dan teori *stakeholder*, upaya perusahaan mengejar pengakuan sosial melalui transparansi berlebihan justru memicu ketidakpercayaan dari kepentingan itu sendiri. Kondisi ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pengungkapan informasi yang terlalu berlebihan dapat memberikan dampak negatif pada respons dari publik (Eka et al., 2026).

KESIMPULAN

Transparansi dan Akuntabilitas memengaruhi pelaksanaan Corporate Social Responsibility (CSR) berbasis aplikasi digital pada PT Telkom Witel Sulbagteng. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa transparansi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap program CSR dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,332, sedangkan akuntabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap program CSR dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,956.

Secara simultan, transparansi dan akuntabilitas terbukti memberikan pengaruh yang signifikan bagi keberhasilan program CSR berbasis aplikasi digital. Gabungan kedua variabel dapat menerangkan variasi program CSR sebesar 57,6%, sementara porsi 42,4% sisanya merupakan kontribusi dari variabel luar yang tidak dianalisis. Hasil analisis ini mengindikasikan bahwa optimalisasi CSR berbasis sistem digital tidak semata-mata bergantung pada faktor keterbukaan informasi saja, melainkan juga dipengaruhi oleh aspek pertanggungjawaban program yang dirasakan langsung oleh pihak masyarakat selaku penerima manfaat (UMKM Binaan).

Berdasarkan hasil temuan tersebut, PT Telkom Witel Sulbagteng disarankan untuk menyederhanakan alur informasi aplikasi digital CSR agar lebih praktis bagi pelaku UMKM, karena variabel transparansi ditemukan berpengaruh negatif. Selain itu, PT Telkom Witel Sulbagteng perlu mempertahankan sistem pertanggungjawaban yang akuntabel melalui evaluasi laporan berkala karena terbukti menjadi faktor pendorong utama keberhasilan program CSR. Adapun bagi peneliti selanjutnya disarankan memperluas lokasi sampel dan menambah variabel lain seperti pemanfaatan aplikasi digital, laporan keuangan UMKM dan kepuasan penerima manfaat (UMKM Binaan) terhadap program CSR.

DAFTAR PUSTAKA

- Aruan, D. A., Veronica, Liandy, C., Christina, D., & Fanny. (2021). The influence of public ownership, NPM, company growth, and solvency on CS disclosure in infrastructure companies. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 5(2), 556–565.
- Atikah, I. D., Etty, G., & Yusuf, M. (2026). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility dan pengungkapan good corporate governance terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel moderasi. *Ekopedia: Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 2(1), 230–253.

- Eka, S. E., Asana, G. H. S., & Yogantara, K. K. (2026). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Transparansi Akuntansi Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Konstruksi Yang Terdaftar di BEI. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 5(1), 15125–15142. <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.8247>
- Gunawan A, & Chen M. (2025). Tinjauan luas pengungkapan corporate sosial responsibility (CSR): Tata Kelola, struktur kepemilikan, dan kinerja Perusahaan. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 9(3), 1833–1850. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2762>
- Hasana, D. N., & Sisdianto, E. (2024). Kajian literatur tentang praktik CSR di negara berkembang: Tantangan dan peluang bagi akuntan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1), 472–481.
- Jao, R., Ng, S., Holly, A., Rotty, M. A., & Agustuty, L. (2023). Peran corporate social responsibility dalam meningkatkan reputasi perusahaan serta dampaknya terhadap stock return. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 14–29.
- Kementerian Badan Usaha Milik Negara. (2021). *Peraturan Menteri Badan Usaha Milik Negara Nomor PER-05/MBU/04/2021 tentang Program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Badan Usaha Milik Negara*. <https://peraturan.bpk.go.id>
- Khoirunnisa, W., & Muhammad, R. N. (2022). Penerapan corporate social responsibility (CSR) pada PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 2(3), 619–629. <https://doi.org/10.35313/ialj.v2i3.4106>
- Khopipah S, Roni, & Ernawati Y. (2024). Pengaruh corporate social responsibility dan ukuran perusahaan terhadap kinerja Keuangan (Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2019 -2022). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(8), 882–896. <https://doi.org/10.61722/jiem.v2i8.2502>
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Mardiasmo. (2021). *Akuntansi sektor public*. Andi Offset.
- Okalesa, Rahma, E., & Irmanol, M. (2021). Pengaruh pengungkapan lingkungan, sosial dan tata kelola (esg) terhadap kinerja perusahaan dan struktur modal perusahaan pada sub-sektor bank yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2017-2021. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 30–39.
- PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. (2026). *Profil Telkom*. <https://www.telkom.co.id/>
- Rahmawati, N., Mawaddah, D., & Putri, R. (2024). Peran corporate social responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Transparansi dan Akuntabilitas Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa*, 2(6), 57–67.
- Ramadhani, R., & Maresti, D. (2021). Pengaruh leverage dan ukuran Dewan Direksi Terhadap Pengungkapan CSR. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(1), 78. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.262>
- Republik Indonesia. (2007). Undang-undang (UU) Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Rosidah, Gunardi, Priatna, K., & Bahagia, R. R. (2023). Transparansi dan akuntabilitas dalam pencegahan fraud di instansi pemerintah (Studi kasus kantor Kec. Ciwidey). *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi: EMBA*, 2(1), 137–156.
- Sabrina, N. N., & Sadalia, I. (2021). Penerapan prinsip good corporate governance pada perusahaan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, 1(1), 90–100.
- Silaen, F. M., & Mastan, I. A. (2021). Perancangan enterprise architecture menggunakan togap (Studi kasus: SMA Maria Mediatrix). *JBASE - Journal of Business and Audit Information Systems*, 4(2), 40–52. <https://doi.org/10.30813/jbase.v4i2.3002>
- Sisdianto, F. E. (2024). Transformasi CSR di era digital: Strategi inovatif. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 331–344. <https://doi.org/10.3390/su141912069.4>

Wulandari, N., Arisanti, D., Kristiawati, I., & Mudayat. (2024). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, promosi cashback, dan kepercayaan terhadap minat menggunakan aplikasi OVO pada remaja di Surabaya. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUTRANIS)*, 1(2), 50–60.