

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2017.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam penelitian ini menggunakan data sekunder berupa laporan keuangan tahunan. Perusahaan yang terpilih sebagai sampel penelitian sebanyak 31 perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, dengan total pengamatan sebanyak 93 pengamatan. *Corporate Social Responsibility* dalam penelitian ini dinilai dengan 78 item informasi pengungkapan *corporate social responsibility* yang terbagi ke dalam tujuh kategori yaitu: lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Dalam penelitian menggunakan alat analisis regresi linear berganda dengan program SPSS versi 23.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR dengan tingkat signifikansi $0,008 < 0,05$. Sedangkan variabel *leverage* tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*.

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of firm size, profitability, and leverage on the implementation of corporate social responsibility of consumers goods companies which were listed on Indonesia Stock Exchange 2015-2017.

The research was quantitative. While, the sampling collection technique used purposive sampling in which the collection was based on criteria given. Moreover, the data used secondary in the form of the annual financial statement. Furthermore, there were 31 consumer goods companies as sample which were listed on Indonesia Stock Exchange. In addition, there were 93 observations. At this point, from the corporate social responsibility, there were 78 information items which were divided into seven categories, namely environment, energy, health and work safety, product, society involvement, and others which were generally described in annual statements. In addition, the data analysis technique used multiple linear regression with SPSS version 23.

The research result concluded, partially, the variables of firm size had positive effect on the implementation of CSR with the significance level of $0,001 < 0,05$. Moreover, profitability had positive effect on the implementation of CSR with significance level of $0,008 < 0,05$. On the other hand, the leverage variable did not affect on the implementation of CSR.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Firm Size, Profitability, Leverage.