ABSTRAK

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* saat ini menjadi sesuatu yang penting dan menentukan keberlangsungan perusahaan. Terdapat beberapa hal yang mempengaruhi tanggung jawab sosial salah satunya adalah karakteristik perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*). *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah variabel dependen dalam penelitian ini yang diukur dengan menggunakan *sustainability reporting guidelines* yang dikeluarkan *Global Reporting Initiative*. Didalamnya terdapat 79 indiktor pengukuran *corporate social responsibility*. Variabel independen yang diteliti antara lain *profitability*, *size*, *leverage*, *sales*, dan *corporate governance*.

Sampel penelitian ini adalah perusahaan peserta *Corporate Governance Perception Index Award* pada tahun 2011 – 2015. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling dan diperoleh 69 perusahaan yang menjadi sampel. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi linear berganda.

Hasil dari analisis menunjukan bahwa *profitability* dan *leverage* berpengaruh secarah positif dan signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*. Sedangkan *size*, *sales*, dan *corporate governance* memiliki hubungan tidak signifikan terhadap *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Kata Kunci*: Corporate Social Responsibility Disclosure(CSRD), Profitability, Leverage. Size, Sales,* dan *Corporate Governance(CG)*