

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK
INDONESIA (BEI) PERIODE 2018-2020**

Abstrak

Konsep CSR di Indonesia sudah mulai berkembang ke arah yang lebih baik seiring dengan meningkatnya perhatian masyarakat global terhadap perkembangan perusahaan multinasional termasuk perusahaan manufaktur yang beroperasi di Indonesia. Berbagai perusahaan sudah mulai menunjukkan komitmennya untuk menerapkan tanggung jawab sosial kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu salah satunya adalah *consumer proximity*, *media exposure*, *environmental sensitivity*, *political connection* dan *tax avoidance*.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2018-2020 sebanyak 182 perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 93 perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) dalam kurun waktu 2018-2020, sehingga total sampel adalah 297 data perusahaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling* dan penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *annual report* melalui website www.idx.co.id.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *consumer proximity* dan *tax avoidance* berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Namun variabel *media exposure*, *environmental sensitivity*, dan *political connection* tidak berpengaruh pada pengungkapan *corporate social responsibility*.

UNMAS DENPASAR

Kata kunci: *corporate social responsibility* , *consumer proximity*, *media exposure*, *environmental sensitivity*, *political connection*, *tax avoidance*.