

PENGARUH PROFITABILITAS, *LEVERAGE* DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DENGAN *GENDER DIVERSITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

I Wayan Kartana¹, Diah Kurniawati^{2*}, I G. A Intan Saputra Rini³, Ida Ayu Sri Meitri⁴

^{1,2,3,4}Universitas Warmadewa

*Email: diah.kurniawati007@gmail.com

Diterima: 19/11/2024

Diterima: 19/12/2024

DiPublikasi: 01/01/2025

DOI: <https://doi.org/10.22225/kr.16.2.2025.411-420>

Abstract

This study aims to provide empirical evidence regarding the impact of Profitability, Leverage, and Firm Size on Corporate Social Responsibility (CSR), with Gender Diversity acting as a moderating variable in companies operating in the mining sector and listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period of 2019-2023. By collecting samples that meet the predetermined criteria, a sample of 20 companies was obtained for this period. The analytical techniques used in this study include classical assumption tests, multiple linear regression, coefficient of determination analysis, moderating regression analysis, and hypothesis testing using t-tests. The findings indicate that Profitability and Firm Size have a positive impact on CSR disclosure, while Leverage shows a negative impact on CSR disclosure. Additionally, Gender Diversity has been shown to moderate the relationship between Profitability, Leverage, and Firm Size on CSR disclosure in mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange during the period of 2019-2023.

Keywords: Profitability, Leverage, Company Size, and Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan bukti empiris terkait dampak Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan *Gender Diversity* berperan sebagai variabel moderasi pada perusahaan-perusahaan yang bergerak di sektor pertambangan dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2019-2023. Melalui pengumpulan sampel yang disesuaikan dengan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh sampel sebanyak 20 perusahaan untuk periode tersebut. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik, regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi, analisis regresi moderat, serta uji hipotesis menggunakan uji-t. Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan *Leverage* menunjukkan pengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, *Gender Diversity* terbukti memoderasi hubungan antara Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan CSR pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2019-2023.

Kata kunci: Profitabilitas, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) merujuk pada kewajiban perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan, dengan tujuan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. CSR mencakup tiga dimensi utama, yaitu keuntungan (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*). Di Indonesia, pelaksanaan CSR diatur oleh Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Pasal 74, yang mengharuskan perusahaan di sektor sumber daya alam untuk menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan yang gagal memenuhi kewajiban tersebut berpotensi dikenakan sanksi. Evaluasi kinerja CSR dilakukan melalui Program Penilaian

Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER), yang mengedepankan prinsip-prinsip tata kelola yang baik (*good governance*).

PROPER menggunakan lima peringkat warna: emas untuk perusahaan dengan keunggulan lingkungan dan tanggung jawab sosial yang konsisten; hijau untuk pengelolaan lingkungan yang melampaui kepatuhan; biru untuk kepatuhan standar; merah untuk pengelolaan yang belum memenuhi standar; dan hitam untuk pelanggaran yang merusak lingkungan. Sistem ini mendorong perusahaan bersaing meningkatkan pelestarian lingkungan berkelanjutan demi manfaat bagi perusahaan, masyarakat, dan lingkungan sekitar.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan kewajiban perusahaan yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan (*Annual Report*) dan laporan keberlanjutan (*Sustainability Report*). Namun, kualitas pelaksanaan CSR di Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan negara tetangga seperti Thailand dan Singapura, dengan Indonesia hanya memperoleh skor 48,4 dari 100 poin menurut riset *Centre for Governance, Institutions, and Organizations National University of Singapore (NUS) Business School* (Dessthania, 2016). Praktik CSR yang kurang efektif terlihat pada kasus PT Medco di Aceh, di mana program CSR seperti penanaman padi *System of Rice Intensification* (SRI) dan distribusi bibit perkebunan dinilai tidak sesuai dengan kebutuhan warga lingkar tambang, karena kurangnya partisipasi masyarakat dalam perencanaan serta ketidaksesuaian administrasi bibit yang didistribusikan (Rizalihadi, 2023).

Persoalan CSR juga terjadi pada perusahaan *e-commerce* seperti Lazada, yang menghadapi demonstrasi warga Depok akibat sikap apatis terhadap tuntutan penyerapan tenaga kerja lokal dan alokasi dana CSR (Naufal, 2023). Mediasi kemudian menghasilkan kesepakatan untuk meningkatkan komunikasi, penyerapan tenaga kerja lokal, dan pelaksanaan CSR yang tepat sasaran. Dalam sektor pertambangan, yang merupakan aset strategis di Indonesia, praktik bisnis sering bersinggungan dengan sumber daya alam. Meskipun sektor ini menjadi penggerak utama ekonomi nasional melalui kontribusinya pada energi, lapangan kerja, dan perdagangan internasional, perusahaan tambang juga menghadapi tekanan untuk menerapkan CSR secara berkelanjutan demi keseimbangan lingkungan dan kepentingan masyarakat sekitar.

Berdasarkan berbagai fenomena sebelumnya, pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia menghadapi tantangan besar dalam memastikan program-programnya tepat sasaran. Banyak perusahaan terjebak pada implementasi CSR yang sekadar formalitas, seperti terlihat pada kasus PT Medco dan Lazada, di mana program CSR tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Hal ini menunjukkan pentingnya perencanaan yang partisipatif dan evaluasi yang berkelanjutan untuk memastikan CSR tidak hanya menjadi alat peningkatan citra, tetapi juga sebagai solusi nyata untuk masalah sosial dan lingkungan. Pada sektor pertambangan, tanggung jawab sosial menjadi semakin penting mengingat dampak besar aktivitas bisnis terhadap sumber daya alam dan ekosistem sekitarnya.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR dengan *gender diversity* sebagai variabel moderasi. Penelitian ini memperluas kajian dari penelitian sebelumnya, seperti Amalina (2018) yang menunjukkan bahwa profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan memengaruhi CSR pada perusahaan manufaktur, serta Aprilia (2020) yang menguji variabel serupa pada perusahaan otomotif. Dalam konteks ini, penelitian mengadopsi pendekatan unik dengan menggunakan perusahaan pertambangan sebagai objek studi untuk periode 2019-2023, karena sifat bisnis sektor ini yang memiliki dampak langsung terhadap lingkungan dan masyarakat. *Gender diversity* diidentifikasi sebagai faktor penting karena perempuan cenderung menghindari risiko tinggi, sehingga berpotensi memengaruhi pengungkapan CSR secara lebih bertanggung jawab.

Berdasarkan fenomena yang terjadi dan hasil dari penelitian terdahulu, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai “Peran *gender diversity* dalam memoderasi pengaruh profitabilitas, *leverage* dan ukuran perusahaan terhadap *Corporate Social*

Responsibility (CSR) pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019-2023”.

KAJIAN PUSTAKA

Teori-Teori yang Mendasari Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Dalam dunia bisnis, berbagai teori digunakan untuk memahami pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Salah satunya adalah Teori *Stakeholder*, yang menekankan bahwa perusahaan memiliki kewajiban untuk memperhatikan kebutuhan dan kepentingan semua pihak yang terlibat atau terdampak oleh aktivitasnya, baik langsung maupun tidak langsung. Pihak-pihak tersebut meliputi pemegang saham, konsumen, pemerintah, dan lainnya. Hubungan dengan *stakeholder* ini memengaruhi kebijakan dan kegiatan perusahaan, sehingga pengungkapan CSR dilakukan sebagai upaya untuk memenuhi harapan mereka dan menjaga hubungan baik (Chen, 2019).

Selain itu, Teori Legitimasi menggarisbawahi pentingnya kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat. Untuk memperoleh legitimasi, perusahaan harus menjalankan operasinya sesuai dengan norma, nilai, dan harapan masyarakat. Dalam hal ini, pengungkapan CSR menjadi sarana utama bagi perusahaan untuk menunjukkan tanggung jawab sosialnya, sehingga dapat memastikan dukungan dari masyarakat. Apabila perusahaan gagal memenuhi ekspektasi ini, keberlanjutan operasinya bisa terancam (Ulum, 2017). Selanjutnya, Teori Agensi membahas hubungan antara pemilik perusahaan atau *principal* dengan manajer sebagai *agent*. Dalam menjalankan perannya, *agent* memiliki kewajiban untuk memberikan laporan yang transparan guna menjaga kepercayaan dari *principal*. Dalam konteks CSR, pengungkapan tanggung jawab sosial dilakukan oleh manajer untuk memastikan kepentingan *stakeholder* terpenuhi dan hubungan dengan pemilik perusahaan tetap harmonis (Meilani dkk, 2021).

Terakhir, Teori *Triple Bottom Line*, yang dikembangkan oleh John Elkington, menawarkan pendekatan holistik dalam pengelolaan perusahaan. Teori ini mengusulkan keseimbangan antara tiga aspek: *profit* (keuntungan perusahaan), *people* (manfaat bagi masyarakat), dan *planet* (kelestarian lingkungan). Dengan fokus pada ketiga aspek tersebut, CSR menjadi instrumen strategis untuk mendukung keberlanjutan perusahaan, memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan, sambil tetap menjaga efisiensi operasional (Ardianto & Machfudz, 2011).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Susilowati, dkk (2018), tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dipahami sebagai suatu mekanisme yang memungkinkan suatu entitas untuk dengan kesukarelaan mengintegrasikan perhatian terhadap dimensi ekologis dan sosial ke dalam praktek operasionalnya serta dalam interaksinya dengan para pemangku kepentingan, yang melampaui kewajiban normatif yang diatur oleh perundang-undangan yang berlaku. Nugraha dan Andayani (2013) berpendapat bahwa CSR merupakan sebuah konstruksi konseptual yang menggabungkan elemen-elemen bisnis dan sosial dalam suatu keterpaduan yang dinamis, sehingga perusahaan dapat berperan dalam pencapaian kesejahteraan para *stakeholder*, seraya meraih profit optimal untuk meningkatkan valuasi sahamnya.

Profitabilitas

Menurut Sanjaya dan Rizky (2018), profitabilitas dapat dipandang sebagai suatu rasio yang menggambarkan kapabilitas suatu entitas dalam menghasilkan laba, baik dalam konteks hubungan dengan penjualan, aset, maupun ekuitas pemegang saham. Dengan demikian, bagi investor jangka panjang, analisis mengenai profitabilitas ini memiliki relevansi yang signifikan, karena bagi pemegang saham, hal ini menjadi acuan untuk menilai potensi keuntungan yang akan diterima, yang tercermin dalam distribusi dividen yang sesungguhnya.

Leverage

Menurut Prasethiyo (2017), *leverage* dapat dipahami sebagai instrumen untuk mengukur sejauh mana ketergantungan suatu perusahaan terhadap kreditur dalam pembiayaan aset-aset yang dimilikinya. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi menunjukkan ketergantungan yang besar pada sumber dana eksternal dalam membiayai asetnya. Sebaliknya, perusahaan dengan tingkat *leverage* yang lebih rendah lebih mengutamakan penggunaan modal internal untuk pembiayaan aset. Oleh karena itu, tingkat *leverage* suatu perusahaan mencerminkan sejauh mana perusahaan terpapar pada risiko keuangan yang mungkin timbul.

Ukuran Perusahaan

Menurut Denziana dan Monica (2016), ukuran perusahaan dapat dipandang sebagai sebuah indikator yang menggambarkan kapasitas finansial suatu entitas, yang tercermin dari skala operasional yang dimilikinya. Skala ini dapat diukur melalui variabel-variabel seperti total aset, total penjualan, serta rata-rata tingkat penjualan yang dicapai. Perusahaan dengan aset yang lebih besar umumnya memiliki daya dukung modal yang lebih kuat, memungkinkan mereka untuk melakukan investasi yang lebih signifikan dan menghadapi tantangan finansial dengan lebih baik, serta memperluas ruang lingkup dan pengaruhnya dalam industri yang digelutinya. Demikian pula, semakin besar total penjualan perusahaan, semakin signifikan perputaran dana yang terjadi. Selain itu, semakin tinggi kapitalisasi pasar, semakin luas pula pengakuan dan visibilitas perusahaan di mata publik.

Gender Diversity

Gender merujuk pada sebuah konsep yang mengacu pada konstruksi sosial yang membedakan laki-laki dan perempuan bukan berdasarkan aspek biologis, melainkan dari sudut pandang yang lebih luas, mencakup dimensi sosial, budaya, dan perilaku sebagaimana dinyatakan oleh (Oktariyani & Rachmawati, 2021). Keberadaan dewan direksi dan komisaris yang terdiri dari pria dan wanita sehingga terjadi keberagaman (*diversity*) *gender* dapat menghasilkan keragaman opini, karakteristik, dan pengetahuan yang dapat digunakan sebagai landasan untuk mengambil keputusan perusahaan.

Berdasarkan kajian teoritis dan temuan empiris yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk menguji lebih lanjut “Dampak Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), dengan *Gender Diversity* sebagai variabel moderasi”, melalui pengujian hipotesis sebagai berikut:

Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Profitabilitas menurut Ainnisya dan Susilowati (2018) adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset dan modal saham tertentu, perusahaan yang menghasilkan profit tinggi akan lebih mudah berkontribusi terhadap lingkungan sosial di sekitar perusahaan. Profitabilitas berperan penting di dalam perusahaan karena melalui profitabilitas yang tinggi dimiliki perusahaan, maka perusahaan tersebut akan mampu membayar segala kewajiban-kewajiban yang dimiliki oleh perusahaan sehingga perusahaan tetap dalam keadaan perusahaan yang likuid. Menurut Putri dan Gunawan (2019) semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan, maka tekanan perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin kuat dan luas, sesuai dengan teori keagenan bahwa hubungan baik antara manajer dengan para pemegang saham dapat dilakukan dengan adanya laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan oleh Aprilia (2020). Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Leverage Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Rofiqkoh dan Priyadi (2016), *leverage* merupakan alat ukur untuk mengukur seberapa besar perusahaan tergantung pada kreditur dalam membiayai aset perusahaan. *Rasio leverage* digunakan untuk memberikan gambaran mengenai struktur modal yang dimiliki perusahaan, sehingga dapat dilihat tingkat resiko tak tertagih suatu utang. Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi lebih mempertimbangkan pemanfaatan hasil usaha untuk membayar kewajibannya kepada kreditur dibandingkan untuk membiayai aktivitas tanggung jawab sosial dan juga pengungkapannya sehingga penyampaian informasi yang dibutuhkan oleh pemangku kepentingan tidak maksimal. Hal tersebut dapat menimbulkan penilaian negatif dari para pemangku kepentingan terhadap bisnis perusahaan. Dengan demikian, jika suatu perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi, maka praktik pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan rendah. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lumika (2021) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: *Leverage* berpengaruh negatif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Ukuran Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva. Tingkat keluasan informasi dalam kebijakan luas pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (*public demand*) akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total aset) perusahaan, maka untuk menemukan ukuran perusahaan digunakan ukuran aktiva. Ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva. Logaritma digunakan untuk memperhalus aset karena nilai dari aset tersebut yang sangat besar dibanding variabel keuangan lainnya. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shelly dan Abel (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility (CSR)*.

Gender Diversity Memoderasi Hubungan Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Lukesi dkk (2021) variabel moderasi di dalam penelitian ini menggunakan variabel *gender diversity* dikarenakan wanita memiliki sikap yang sebagian besar berbeda dengan pria dimana salah satunya adalah wanita cenderung untuk bersikap *risk-averse* dan memilih untuk tidak terlibat dalam perbuatan yang beresiko tinggi apalagi menimbulkan dampak negatif dalam hal ini berdampak ke perusahaan. Pria cenderung sebaliknya yaitu memiliki sikap *risk-taker* dimana pria cenderung menyukai tantangan dan hal-hal yang beresiko, karena perbedaan karakter itulah yang membuat saat ini mulai banyak posisi-posisi penting baik di perusahaan maupun di pemerintahan yang di isi oleh wanita. *Gender diversity* dalam dewan direksi dapat mempengaruhi bagaimana perusahaan menyeimbangkan antara profitabilitas dan CSR. Keberagaman perspektif yang datang dari berbagai latar belakang gender dapat membuat perusahaan lebih peka terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, serta lebih berkomitmen pada CSR. *Gender diversity* bisa memperkuat hubungan positif antara profitabilitas dan CSR. Misalnya, perusahaan dengan manajemen yang lebih beragam

gender mungkin lebih cenderung untuk memanfaatkan profitabilitas yang tinggi untuk mendanai proyek CSR, berkat pandangan yang lebih luas dan inklusif. Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa diversitas *gender* tidak mampu memoderasi pengaruh antara profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Gender Diversity* Memoderasi Hubungan Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

***Gender Diversity* Memoderasi Hubungan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Oktariyani & Rachmawati (2021), *gender diversity* merupakan proporsi keterwakilan wanita di tingkat manajemen puncak. Keragaman dalam tingkat manajemen puncak dianggap sebagai karakteristik dan keahlian yang bervariasi dan diberikan oleh setiap pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan. Keragaman *gender* yang lebih besar membuat perusahaan lebih kreatif dan inovatif dalam berpendapat dan pengambilan keputusan. *Gender diversity* dalam manajemen dapat memperkuat hubungan positif antara *leverage* dan CSR. Manajemen yang lebih beragam *gender* mungkin lebih cenderung untuk mempertimbangkan CSR sebagai bagian dari strategi jangka panjang, bahkan dalam situasi *leverage* tinggi. Perspektif yang berbeda dapat mendorong perusahaan untuk berinvestasi dalam CSR untuk meningkatkan citra perusahaan dan membangun hubungan yang lebih baik dengan pemangku kepentingan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa diversitas *gender* mampu memoderasi pengaruh antara *leverage* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: *Gender Diversity* Memoderasi Hubungan *Leverage* Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

***Gender Diversity* Memoderasi Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Menurut Santioso dan Angesti (2019), keberadaan perempuan dalam jajaran dewan direksi dan komisaris menunjukkan bahwa perusahaan tidak melakukan diskriminasi bagi setiap orang, sehingga pada akhirnya hal tersebut dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. Keberagaman *gender* yang terdapat pada dewan perusahaan menunjukkan peningkatan representasi mengenai pandangan moral dan etika yang akan memicu perusahaan untuk meningkatkan kualitas pembuatan keputusan terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. *Gender diversity* dalam dewan direksi dapat memperkuat hubungan positif antara ukuran perusahaan dan CSR. Manajemen yang lebih beragam *gender* mungkin lebih cenderung untuk mengintegrasikan CSR sebagai bagian dari strategi perusahaan terutama dalam konteks ukuran perusahaan karena pandangan yang lebih inklusif tentang tanggung jawab sosial dan etika. Perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih besar dan kapasitas yang lebih tinggi untuk menginvestasikan dalam CSR. Mereka juga mungkin menghadapi tekanan lebih besar dari pemangku kepentingan untuk menunjukkan tanggung jawab sosial. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani

(2020), hasil penelitian menunjukkan bahwa diversitas *gender* mampu memoderasi pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6: *Gender Diversity* Memoderasi Hubungan Ukuran Perusahaan Terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2019-2023. Objek penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang menjadi variabel dependen, sementara variabel independennya meliputi Profitabilitas, *Leverage*, dan Ukuran Perusahaan, dengan *Gender Diversity* berperan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini melibatkan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI pada periode 2019-2023, dengan sampel 20 perusahaan dan 100 data observasi. Data dikumpulkan melalui studi pustaka dan dokumentasi. Analisis dilakukan menggunakan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, regresi moderat, serta uji-t untuk menguji hipotesis dan hubungan antar variabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum ke tahap pengujian regresi moderasi, maka model diuji dengan asumsi klasik. Uji normalitas yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,725, yang lebih tinggi dari 0,05 (5%), yang menandakan bahwa data dalam penelitian ini memenuhi persyaratan normalitas. Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk seluruh variabel yang diuji lebih dari 0,10, dan nilai koefisien Variance Inflation Factor (VIF) untuk tiap variabel berada di bawah angka 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terpengaruh oleh multikolinearitas. Pada pengujian autokorelasi, diperoleh nilai $1,8031 < 1,960 < 2,1969$, yang menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi dalam model regresi yang diterapkan. Terakhir, uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar daripada level alpha (α) 5% (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

Moderate Regression Analysis (MRA)

Tabel 1. Hasil Moderate Regression Analysis (MRA)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,605	,250		2,424	,017
X1	,886	,164	1,093	5,394	,000
X2	-,076	,035	-,445	-2,179	,032
X3	,038	,008	,648	5,001	,000
X1Z	5,601	1,660	,579	3,375	,001
X2Z	-,839	,231	-,865	-3,634	,000
X3Z	,041	,011	,597	3,640	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 1, rumus analisis regresi moderasi untuk variabel penelitian ini disajikan sebagai berikut:

$$Y = 0,605 + 0,886 X1 - 0,076 X2 + 0,038 X3 + 5,601 X1*Z - 0,839 X2*Z + 0,041 X3*Z e$$

Nilai konstanta 0,605 menunjukkan bahwa jika profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *gender diversity* bernilai nol, rata-rata pengungkapan CSR adalah 0,605. Profitabilitas (X1) memiliki koefisien 0,886 (positif), artinya peningkatan satu persen pada profitabilitas meningkatkan pengungkapan CSR sebesar 0,886 persen. *Leverage* (X2) memiliki koefisien -0,076 (negatif), sehingga peningkatan *leverage* satu persen menurunkan pengungkapan CSR sebesar 0,076 persen. Ukuran perusahaan (X3) memiliki koefisien 0,038 (positif), menunjukkan peningkatan ukuran

perusahaan satu persen meningkatkan pengungkapan CSR sebesar 0,038 persen. *Gender diversity* memoderasi hubungan variabel-variabel ini, di mana peningkatan satu persen pada profitabilitas *gender diversity* (*X1Z*) meningkatkan CSR sebesar 5,601 persen, *leverage gender diversity* (*X2Z*) menurunkan CSR sebesar 0,839 persen, dan ukuran perusahaan *gender diversity* (*X3Z*) meningkatkan CSR sebesar 0,041 persen, dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815 ^a	,578	,538	,11742

a. Predictors: (Constant), *X3Z*, *X2*, *X3*, *X1Z*, *X1*, *X2Z*

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 2, dapat disarikan bahwa kontribusi dari variabel-variabel independen tercermin dalam nilai adjusted R-squared sebesar 0,538. Artinya, sebesar 53,8% variasi dalam pengungkapan *corporate social responsibility* dapat dijelaskan oleh kombinasi variabel-variabel seperti profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *gender diversity*. Sementara itu, sisa sebesar 46,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis (Uji-T)

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis (Uji-T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,605	,250		2,424	,017
<i>X1</i>	,886	,164	1,093	5,394	,000
<i>X2</i>	-,076	,035	-,445	-2,179	,032
<i>X3</i>	,038	,008	,648	5,001	,000
<i>X1Z</i>	5,601	1,660	,579	3,375	,001
<i>X2Z</i>	-,839	,231	-,865	-3,634	,000
<i>X3Z</i>	,041	,011	,597	3,640	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data diolah (2024)

Berdasarkan pada Tabel 3 menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap CSR dengan koefisien 0,886 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sedangkan *leverage* berpengaruh negatif terhadap CSR dengan koefisien -0,076 dan signifikansi 0,032 ($< 0,05$). Ukuran perusahaan juga berpengaruh positif terhadap CSR dengan koefisien 0,038 dan signifikansi 0,000 ($< 0,05$). *Gender diversity* memoderasi hubungan antara profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap CSR, di mana profitabilitas *gender diversity* memiliki koefisien 5,601 (positif) dengan signifikansi 0,001, *leverage gender diversity* memiliki koefisien -0,839 (negatif) dengan signifikansi 0,000, dan ukuran perusahaan *gender diversity* memiliki koefisien 0,041 (positif) dengan signifikansi 0,000, semuanya signifikan pada level α 0,05.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), sedangkan *leverage* memiliki pengaruh negatif terhadap CSR. Selain itu, ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. *Gender*

diversity memoderasi hubungan antara profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap CSR, di mana pengaruh positif profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap CSR semakin kuat ketika dimoderasi oleh *gender diversity*, sementara pengaruh negatif *leverage* terhadap CSR semakin signifikan dengan moderasi *gender diversity*.

Berdasarkan hasil penelitian, penulis mengusulkan beberapa saran. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambahkan variabel independen lain yang memengaruhi pengungkapan CSR, seperti *good corporate governance*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan kebijakan dividen, serta menggunakan lokasi penelitian berbeda, seperti sektor perbankan, real estate, dan manufaktur, untuk menemukan fenomena baru. Bagi perusahaan, manajemen diharapkan mengevaluasi dan mengintegrasikan profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan *gender diversity*, serta meningkatkan keberagaman gender di posisi manajerial atau dewan direksi, guna mengidentifikasi strategi CSR yang lebih efektif sesuai karakteristik finansial dan struktural perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainnisya, R. N., & Susilowati, I. H. (2018). Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada Hotel Cipta Mampang Jakarta Selatan. *Widya Cipta - Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(1), 133. Diambil dari [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=534120&val=10503&title=Pengaruh Penilaian Kinerja Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada Hotel Cipta Mampang Jakarta Selatan](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=534120&val=10503&title=Pengaruh%20Penilaian%20Kinerja%20Terhadap%20Motivasi%20Kerja%20Karyawan%20Pada%20Hotel%20Cipta%20Mampang%20Jakarta%20Selatan)
- Amalina, D. (2018). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tingkat Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur Makanan dan Minuman di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2014-2016*. IAIN.
- Aprilia, D. (2020). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014- 2018*. UMSU.
- Ardianto, E., & Machfudz, D. (2011). *Efek Kedermawanan Pebisnis Dan CSR*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Chen, M. (2019). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Dan Kepemilikan Asing Terhadap Luas Pengungkapan Csr. *EL Muhasaba Jurnal Akuntansi*, 10(2), 141. <https://doi.org/10.18860/em.v10i2.6721>
- Denziana, A., & Monica, W. (2016). Analisis Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Tergolong LQ45 Di BEI Periode 2011-2014). *JURNAL Akuntansi & Keuangan*, 7(2), 241–254.
- Dessthanian, R. (2016). Riset Temukan Kualitas CSR Perusahaan Indonesia Rendah. <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20160721074144-20-146030/riset-temukan-kualitas-csr-perusahaan-indonesia-rendah>.
- Lukesi, E., Rahadjeng, E. R., & Satiti, N. R. (2021). Effect of Financial Attitudes, Financial Knowledge, Locus of Control, and Financial Self-Efficacy to Financial Management Behavior in Millennial Generation. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan)*, 1(1), 56–63. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v1i1.16027>
- Lumika, Y. (2021). *Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan LQ45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. Semarang: Universitas Katolik Soegijapranata.
- Meilani, S. E. R., Puspitosari, I., Pramesti, W., Pertiwi, F. P., & Wiyadi, W. (2021). Dapatkah Narsisme Ceo Mempengaruhi Perilaku Praktik Earning Management Perusahaan Non Keuangan Di Indonesia? *Jurnal Manajemen*, 23(2).

- Naufal, S. (2023). Lazada Didemo Warga Depok, Apa Sanksi bagi Perusahaan yang Tidak Melaksanakan CSR? <https://metro.tempo.co/read/1683324/lazadadidemo-warga-depok-apa-sanksi-bagi-perusahaan-yang-tidak-melaksanakan-csr>.
- Nugraha, S. A., & Andayani. (2013). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi*, 2(10), 1–16.
- Oktariyani, A., & Rachmawati, Y. (2021). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kinerja Lingkungan dan Diversifikasi Gender Terhadap Kualitas Pengungkapan Lingkungan Pada Perusahaan Pertambangan di Indonesia. *Akuntansi dan Manajemen*, 16(1), 1–20. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i1.130>
- Prasethiyo, D. (2017). Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, Sensitivitas Industri, dan Media Exposure Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial. *Jurnal Akuntansi*.
- Putri, E. I., & Gunawan, B. (2019). Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris, Dan Struktur Kepemilikan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Di Perusahaan Property Dan Real Estate. *Seminar Nasional dan The 6th Call for Syariah Paper*, (40), 388–406.
- Ramadhani, Q. N. (2020). *Peran Diversitas Gender dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate Tahun 2015-2019*. Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Rizalihadi, A. (2023). Selain Pencemaran Lingkungan, CSR PT. Medco Juga Dinilai Bermasalah. <https://www.ajnn.net/news/selain-pencemaran-lingkungan-csr-pt-medco-di-aceh-timur-juga-dinilai-bermasalah/index.html>.
- Rofiqkoh, E., & Priyadi, M. P. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Leverage Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 5(10), 1–18.
- Sanjaya, S., & Rizky, M. F. (2018). Analisis Profitabilitas dalam Menilai Kinerja Keuangan pada PT. Taspen (Persero) Medan. *Jurnal Kitabah*, 2(2), 278–293.
- Santioso, L., & Angesti, Y. G. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Volatilitas Harga Saham Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi*, 24(1), 46. <https://doi.org/10.24912/je.v24i1.450>
- Susilowati, F., Wafirotn, K. Z., & Hartono, A. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, Dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Perio. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 18. <https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.186>