



Jurnal Politeknik Caltex Riau

<https://jurnal.pcr.ac.id/index.php/jakb/>

| e- ISSN : 2476-9460 (Online) | p- ISSN : 2085-0751 (Print)

Pengaruh Budaya Organisasi Hijau, Manajemen Rantai Pasokan Hijau Terhadap Kinerja Perusahaan

Aisyah Rahmadhina Kustianti¹, Ety Murwaningsari²¹Universitas Trisakti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, email : arahmadhina19@gmail.com²Universitas Trisakti, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, email : etty.murwaningsari@trisakti.ac.id*

Abstrak

Penelitian ini merujuk kepada permasalahan terkait Kinerja Perusahaan yang dipengaruhi berbagai faktor. Dengan meninjau kenyataan yang ada, membangunkan sebuah motivasi bagi peneliti untuk melaksanakan sebuah penelitian atas Kinerja Perusahaan. Adapun alasan peneliti melakukan penelitian ini dikarenakan banyaknya variabel yang dapat berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, peneliti ingin mengetahui hubungan antar variabel Budaya Organisasi Hijau, Manajemen Rantai Pasokan Hijau, dan Pemasaran Hijau kepada Kinerja Perusahaan ditambah peneliti menggunakan variabel moderasi dan kontrol yang merupakan Kepemimpinan Lingkungan dan Ukuran Perusahaan dengan Leverage. Peneliti di dalam penelitian ini melaksanakan pengambilan sampel dan menggunakan teori metode analisis untuk mengolah penelitian yang merupakan Ordinary Least Square (OLS) sebagai metode penelitian di dalam penelitian yang dilakukan dan Purposive Sampling sebagai teknik yang digunakan oleh peneliti dalam pengambilan data yang digunakan di dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan data yang diambil dari catatan daftar perusahaan di bidang non financial pada BEI tahun 2021 melalui Laporan Tahunan dan Keberlanjutan Perusahaan. Dari penelitian yang sudah dilaksanakan, peneliti menemukan bahwa adanya pengaruh positif signifikan dari variabel Budaya Organisasi Hijau kepada Kinerja Perusahaan, sedangkan tidak terdapat pengaruh kepada kinerja perusahaan dari variabel Manajemen Rantai Pasokan Hijau dan Pemasaran Hijau. Terdapat pengaruh yang tidak besar tetapi signifikan dari variabel Kepemimpinan Lingkungan antara Budaya Organisasi kepada Kinerja Perusahaan tetapi tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Hijau dan Pemasaran Hijau terhadap Kinerja Perusahaan.

Kata kunci: Budaya Organisasi Hijau, Manajemen Rantai Pasokan Hijau, Pemasaran Hijau, Kinerja Perusahaan, Kepemimpinan Lingkungan.

Abstract

This study refers to problems related to company performance which are influenced by various factors. This motivated researchers to conduct further research on company performance. Because of the numerous variables that can affect company performance, this research was conducted. In addition, researchers want to know the relationship between Green Organizational Culture, Green Supply Chain Management, and Green Marketing variables on Company Performance with Environmental Leadership as a moderating variable and Firm Size and Leverage as control variables. The Ordinary Least Square (OLS) and Purposive Sampling techniques were used by researchers as a method of analysis and sampling in this study. The

data used in this study are the sustainability reports and annual reports of non-financial companies listed on the IDX for 2021. According to the findings of this study, the Green Organizational Culture variable has a significant positive effect on company performance, whereas the Green Supply Chain Management and Green Marketing variables have no effect. Environmental Leadership as a moderating variable does not have a large but significant influence between Green Organizational Culture on Company Performance, but does not strengthen or weaken the effect of Green Supply Chain Management and Green Marketing on Company Performance.

Keywords: *Green Organizational Culture, Green Supply Chain Management, Green Marketing, Company Performance, Environmental Leadership.*

1. Pendahuluan

Pada kondisi saat ini dengan mengacu pada isu keberlanjutan yang pertama kali muncul adalah keberlanjutan sumber daya untuk generasi mendatang dengan menggunakannya secara sadar (WECD, 1987). Baik dari segi aspek sosial maupun dari perspektif bisnis, keberlanjutan merupakan isu yang cukup penting dan kian hari semakin mendapat perhatian para pemilik bisnis. Hal ini juga, merupakan subjek populer untuk beragam acara konferensi, pertemuan, kongres dan kampanye di bidang ilmiah dan non ilmiah. Sehingga, dengan perhatian yang diberikan untuk keberlanjutan, berbagai solusi, proposal, penelitian dan ide semakin dikembangkan. Masyarakat juga ikut terpengaruh dari hasil operasi bisnis, bukan hanya pengaruh kepada perusahaan jika dipandang melalui sisi bisnis, maka keberlanjutan menjadi hal yang harus dievaluasi dengan pendekatan holistik. Jelas bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab mengenai dimensi keberlanjutan lingkungan. Hal ini menyebabkan dampak lingkungan yang penting sebagai akibat dari proses operasional perusahaan dari awal sampai akhir.

Ada banyak faktor yang memicu perusahaan untuk terlibat dalam kegiatan keberlanjutan. Di dalam penelitian ini terdapat beberapa tujuan, salah satunya merupakan mendapatkan informasi mengenai seberapa jauh dampak dari banyaknya faktor kepada kinerja perusahaan. Selain menyelidiki hubungan antara pendorong keberlanjutan yang terkait dengan perusahaan, aspek penelitian lain dari studi ini adalah untuk mengidentifikasi hubungan serupa antara pendorong keberlanjutan dan budaya organisasi hijau. Di sini, budaya organisasi hijau merupakan budaya organisasi yang mendorong karyawan untuk terlibat dalam perilaku sadar lingkungan dan menyiapkan iklim yang memungkinkan pengembangan ide-ide baru, perilaku atau kerjasama sedemikian rupa untuk mengurangi dampak negatif lingkungan dari perusahaan yang bersangkutan. (Y. S. Chen, 2011)^[1]. Budaya organisasi hijau memungkinkan terciptanya suasana yang mendorong ide-ide baru yang mengarah pada inovasi hijau di dalam perusahaan. Dalam konteks ini, pengaruh aspek lingkungan dari budaya organisasi yang ada terhadap kinerja perusahaan.

Menurut (Diabat et al., 2013)^[2] selama beberapa tahun terakhir, lingkungan alam telah menjadi topik yang menantang dan harus dipertimbangkan oleh organisasi bisnis karena dampak ekonomi dan ekologi serta meningkatnya kesadaran akan perlindungan lingkungan. Globalisasi dan peningkatan jumlah negara yang memasuki Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) telah mempromosikan praktik manajemen rantai pasokan hijau (MRPH) di organisasi manufaktur. MRPH telah muncul sebagai filosofi organisasi yang penting dan pendekatan proaktif untuk mengurangi risiko lingkungan. Meningkatnya tekanan seperti peraturan yang lebih ketat, meningkatnya tekanan masyarakat dan konsumen, serta tujuan negara berkembang untuk masuk ke WTO telah menyebabkan manajer rantai pasokan otomotif mempertimbangkan dan menerapkan praktik MRPH untuk meningkatkan kinerja ekonomi dan lingkungan mereka.

Tujuan yang dipetakan di dalam penelitian ini yakni untuk mendapatkan informasi berikut :

1. Untuk menguji pengaruh budaya organisasi hijau terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia tahun 2021.

2. Untuk menguji pengaruh manajemen rantai pasokan hijau terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021.
3. Untuk menguji pengaruh pemasaran hijau terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021.
4. Untuk menguji efek mediasi kepemimpinan lingkungan terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021.

Meskipun, dalam literatur, ada beberapa penelitian tentang keberlanjutan, budaya organisasi, manajemen rantai pasokan dan pemasaran hijau yang juga mempertimbangkan faktor lingkungan, tidak ada penelitian yang menyelidiki hubungan antara semua variabel ini. Misalnya, ada studi terbatas tentang driver keberlanjutan lingkungan dalam literatur. Juga, tentang budaya organisasi hijau kami menemukan beberapa penelitian. Dalam konteks ini, peneliti memiliki sebuah tujuan dari penelitian yang dilaksanakan yang merupakan pengisian terhadap kekosongan dalam penelitian dan literatur terdahulu sehingga dengan objek perusahaan Indonesia yang masuk ke dalam daftar BEI, penelitian ini dapat menjadi salah satu studi dasar.

2. Kajian Teori

Signaling Theory

Kedua belah pihak ketika mendapatkan jalan kepada sebuah informasi pasti akan memiliki perilaku yang berbeda sehingga perbedaan tersebut akan dijelaskan dan dibahas di dalam teori sinyal (Connelly et al., 2011)^[3]. Jogiyanto (2010:392) pasar diharapkan akan bereaksi pada saat informasi yang mengandung nilai positif dipublikasikan sebagai pengumuman mengenai sinyal bagi investor pada waktu pengambilan keputusan. Adapun teori sinyal digunakan dalam penelitian ini sebagai landasan teori yang berkaitan dengan variabel manajemen rantai pasokan hijau dan kinerja perusahaan.

Leadership Theory

(Berry & Gordon, 1993)^[4] menganggap kepemimpinan lingkungan sebagai kemampuan individu untuk memimpin perubahan positif menuju visi lingkungan masa depan. Dari perspektif pemangku kepentingan, (Jang et al., 2017)^[5] mendefinisikan kepemimpinan lingkungan sebagai “kemampuan atau tindakan yang mempromosikan pemangku kepentingan internal dan eksternal untuk mencapai tujuan lingkungan yang berkelanjutan.” Dibandingkan dengan gaya kepemimpinan lainnya, kepemimpinan lingkungan menyoroti nilai-nilai lingkungan yang lebih kuat, yang juga diimplementasikan selama proses, aktivitas, dan jaringan organisasi terkait.

Stakeholder Theory

Sebuah kelompok atau perorangan yang memiliki pengaruh atau juga mendapatkan dampak pengaruh dari tujuan yang sudah dipetakan oleh sebuah organisasi merupakan teori *stakeholders* (Freeman, 1984)^[6] karena perusahaan harus memperhatikan keuntungan para pemangku kepentingan disamping hanya berfokus pada kepentingan organisasinya sendiri. Teori *stakeholder* digunakan dalam penelitian ini sebagai landasan yang berkaitan dengan variabel budaya organisasi hijau.

2.1 Pengembangan Hipotesa

Setelah masalah dan teori sudah dipaparkan pada bagian sebelumnya, peneliti merumuskan pengembangan hipotesa sebagai sebuah pemetaan penelitian sehingga dapat dijadikan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian secara tepat sasaran yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Budaya Organisasi Hijau (BOH) membantu dalam merumuskan kebijakan hijau yang mendorong kinerja perusahaan sebagai bentuk kesadaran perusahaan terhadap sosial dan lingkungan sehingga hal ini perlu diungkapkan pada laporan tahunan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Hal ini sebagaimana dijelaskan juga oleh (Chandra et al., 2021)^[7] bahwa BOH berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin baik implementasi

- BOH maka kinerja perusahaan akan semakin baik pula. Sehingga hipotesis pertama adalah Budaya Organisasi Hijau berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.
2. Dalam mengurangi limbah dan menggunakan sumber daya dengan lebih efisien sehingga memiliki dampak yang lebih kurang kepada lingkungan terdapat dorongan yang dimiliki oleh perusahaan, yaitu Manajemen Rantai Pasokan Hijau (MRPH). Sebagaimana teori sinyal yang menjelaskan mengenai perilaku antar kedua belah pihak yang memiliki akses ke informasi berbeda antara perusahaan dengan para pemangku kepentingannya. Seperti penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Younis & Sundarakani, 2020)^[8]; (Dubey et al., 2017)^[9], dan (Mirhedayatian et al., 2014)^[10] yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif dari MRPH terhadap kinerja perusahaan. Praktik MRPH dan alokasi sumber daya cukup lebih baik dilakukan oleh perusahaan yang lebih besar pada umumnya dan karenanya mendapatkan lebih banyak peningkatan kinerja daripada perusahaan kecil. Sehingga berdasarkan argumen tersebut hipotesis kedua adalah Manajemen Rantai Pasokan Hijau berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
 3. Pemasaran Hijau (PH) yang terdiri dari serangkaian alat pemasaran dan elemen “yang memungkinkan perusahaan untuk melayani sasaran pasarnya dan mencapai tujuan organisasi tanpa merusak lingkungan” (Al-Salaymeh, 2013)^[11]. Karena dalam antisipasi, identifikasi, dan kepuasan masyarakat dan pelanggan dengan berkelanjutan dan menguntungkan merupakan sebuah proses manajemen holistik yang diacu oleh pemasaran hijau. (Mukonza & Swarts, 2020)^[12] melakukan penelitian yang mendukung hal ini bahwa terdapat pengaruh positif dari pemasaran hijau kepada kinerja perusahaan. Sehingga peneliti menyatakan hipotesis ketiga adalah Pemasaran Hijau berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
 4. Penelitian yang dilakukan oleh (Su et al., 2020)^[13] dan dan (Kim & Stepchenkova, 2018)^[14] menghasilkan bahwa keberhasilan bisnis berpengaruh signifikan dan menguntungkan karena kepemimpinan lingkungan dengan cara keuangan perusahaan dan kinerja lingkungan yang dievaluasi. Penelitian ini dilakukan untuk menguatkan temuan (Imran et al., 2021)^[15] yang menghasilkan bahwa variabel orientasi lingkungan yang digunakan menghasilkan kepemimpinan lingkungan yang berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Sehingga hipotesis keempat adalah Kepemimpinan Lingkungan memperkuat pengaruh Budaya Organisasi Hijau terhadap Kinerja Perusahaan.
 5. Kepemimpinan yang efektif sangat penting untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan ini karena pemilik kepentingan dan kalangan lain merupakan pertanggungjawaban perusahaan seperti yang dijelaskan di dalam *stakeholder theory* (Freeman, 1984)^[16]. Yang mana hal ini menjadi dasar kepemimpinan lingkungan peneliti pilih sebagai variabel moderasi untuk mendukung arah dari variabel independen MRPH terhadap kinerja perusahaan. Sehingga peneliti menyatakan hipotesis kelima Kepemimpinan Lingkungan memperkuat pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Hijau terhadap Kinerja Perusahaan.
 6. Proses perusahaan dalam memberikan kontribusi terhadap peningkatan inovasi dan kelola lingkungan merupakan penjelasan dari kepemimpinan lingkungan (Y. Chen et al., 2012)^[17]. Terdapat penelitian yang menghasilkan bahwa keberhasilan bisnis berpengaruh signifikan dan menguntungkan karena kepemimpinan lingkungan dengan cara keuangan perusahaan dan kinerja lingkungan yang dievaluasi, namun penelitian kepemimpinan lingkungan yang memoderasi pengaruh pemasaran hijau terhadap kinerja perusahaan belum ada saat ini. Sehingga peneliti menyatakan hipotesis keenam Kepemimpinan Lingkungan Memperkuat pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Kinerja Perusahaan.

3. Metoda Penelitian

Rancangan yang dipilih untuk penelitian ini menggunakan pengujian atas hipotesis (*testing hypothesis*) yang menjelaskan kausalitas hubungan antar variabel, atau studi kausal. Adapun dalam penelitian ini untuk melakukan pengujian adakah pengaruh dan seperti apa pengaruh kepada Kinerja Perusahaan dari Pemasaran Hijau, Budaya Organisasi Hijau, dan Manajemen Rantai Pasokan Hijau dengan Kepemimpinan Lingkungan sebagai moderasi. Penelitian ini menggunakan situs BEI pada Tahun 2021 yang diakses melalui www.idx.co.id untuk mengambil *Annual Report* dan *Sustainability Report* sebagai data sekunder di dalam penelitian ini dan kemudian peneliti menggunakan jenis data dengan kuantitatif. Peneliti juga menggunakan teknik *Ordinary Least Square* (OLS) sebagai metode analisis di dalam penelitian ini.

3.1 Penentuan Sampel Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini, menggunakan data sekunder yang diperoleh dari situs BEI yang diakses melalui www.idx.co.id, peneliti menggunakan 420 sampel dengan kriteria data yang digunakan ialah perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI dan tidak delisting, perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan dan laporan keberlanjutan, serta perusahaan yang menerbitkan *closing price* selama periode penelitian 2021. Adapun metode analisis data yang digunakan adalah dengan metode regresi linear berganda dan sebuah teknik yang disebut dengan *purposive sampling* sebagai pengambilan data sampel serta SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) menjadi alat uji untuk melakukan analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini.

3.2 Metoda Analisis Data

Di dalam metoda Regresi Linear Berganda terdapat OLS yang merupakan teknik analisis yang dipilih oleh peneliti di dalam penelitian ini karena data yang digunakan memiliki sifat unbalanced. Sebab estimasi estimasi sebuah garis regresi digunakan dalam meminimalkan jumlah kuadrat sebagai tujuan metode OLS di dalam analisis regresi berganda. Namun sebelum melakukan uji OLS, peneliti melakukan beberapa uji seperti pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas *error*, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Adapun uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dan uji Kolmogorov-Smirnov. Kemudian dilakukan pengujian Model (*Goodness of Fit*) untuk mengetahui apakah model penelitian yang dilakukan bagus atau tidak, dan untuk melihat hal tersebut perlu dilakukan dua pengujian yaitu uji koefisien determinasi (Uji R^2) dan uji global (Uji F). Selanjutnya melakukan Uji Hipotesis Individu (T-Test).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil

Peneliti melakukan sebuah uji guna mengetahui adanya pengaruh dari setiap variabel independen dengan parsial kepada variabel dependen. Tingkat signifikansi dengan jumlah 0,05 dan 0,10 dapat digunakan untuk mengetahui sebuah pengaruh atau tidak pengaruh dari setiap variabel independen kepada variabel dependen secara parsial. H_0 akan ditolak jikalau terdapat nilai sig. t lebih kecil dari 0,05 H_0 akan diterima jikalau terdapat nilai sig. t lebih besar dari 0,05. Adapun hasil penelitian yang dapat dijelaskan adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji normalitas error menggunakan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* dan uji Kolmogorov-Smirnov dapat diketahui bahwa nilai asymp sig sebesar 0,609 lebih besar dari 0,05 (alpha 5%) maka H_0

- diterima dan disimpulkan pada tingkat kepercayaan 95% asumsi distribusi normalitas untuk variabel error terpenuhi.
2. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas dengan menggunakan alat *analysis varian inflation factor* diketahui pada model didapatkan nilai VIF untuk variabel dalam penelitian ini adalah lebih dari 10, maka H_0 ditolak dan disimpulkan model untuk variabel independen saling berkorelasi atau asumsi multikolinearitas tidak terpenuhi yang disebabkan karena dalam model ini ada variabel moderating dimana variabel moderating diinteraksikan dengan variabel independen.
 3. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan alat *analysis gletser test* diketahui pada model didapatkan nilai sig untuk semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai lebih besar dari 0,05 (5%) maka H_0 diterima dan disimpulkan asumsi homokedastisitas terpenuhi.
 4. Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan alat analisis Durbin Watson Test menunjukkan hasil nilai D_{wstat} sebesar 1.949 H_0 diterima dan disimpulkan bahwa asumsi no autokorelasi terpenuhi yang artinya model penelitian berpasangan secara bebas.
 5. Berdasarkan pengujian model (*Goodness of Fit*) dengan menggunakan uji koefisien determinasi (Uji R^2) dan uji global (Uji F). Sehingga diketahui pada model, nilai adj R^2 sebesar 0,173 atau 17,3% yang memiliki pengertian besarnya kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 17,3% sedangkan sisa dijelaskan oleh variabel independen lain yang tidak dimasukkan kedalam model. Dan berdasarkan tabel ANOVA diperoleh hasil nilai sig dari Fstat lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa pada kedua model paling tidak terdapat satu variabel independen yang signifikan terhadap variabel dependen.
 6. Berdasarkan hasil uji hipotesis individu yang dilakukan pengaruh Budaya Organisasi Hijau, Manajemen Rantai Pasokan Hijau dan Pemasaran Hijau Terhadap Kinerja Perusahaan dapat diketahui sebagaimana tabel 4 berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Individu

Variabel	Teori	Beta	Std. Error	T Stat	Sig (2 Tail)	Keputusan
(Constant)		0,091	0,202	0,450	0,653	
BOH	+	0,395	0,169	2,341	0,020*	H1 diterima
MRPH	+	0,299	0,197	1,518	0,130*	H2 ditolak
PH	+	0,008	0,123	0,069	0,945*	H3 ditolak
KL		0,506	0,224	2,262	0,024	Ha diterima
Size		-0,015	0,003	-5,494	0,000	Ha diterima
LEV		0,002	0,001	2,203	0,028	Ha ditolak
BOH_KL	+	-0,506	0,202	-2,507	0,013*	H4 diterima
MRPH_KL	+	-0,396	0,227	-1,746	0,082*	H5 ditolak
PH_KL	+	-0,121	0,143	-0,852	0,395*	H6 ditolak

Sumber: Data Diolah (SPSS 22.00)

* = menggunakan signifikansi alpha 5%

Note: KP = Kinerja Perusahaan; BOH = Budaya Organisasi Hijau; MRPH = Manajemen Rantai Pasokan Hijau; PH = Pemasaran Hijau; KL = Kepemimpinan Lingkungan; Size = Ukuran Perusahaan; LEV = Leverage.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya organisasi hijau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, hal ini untuk mencapai budaya organisasi yang efektif perlu adanya keselarasan antara tujuan organisasi dan perilaku karyawan dengan kepemimpinan dan kerja tim dalam sebuah organisasi (Schmiedel et al., 2013)^[18]. Sehingga dapat mendukung dalam meningkatkan kualitas dan kinerja perusahaan sejalan dengan hasil penelitian terdahulu dari (Chandra et al., 2021) yang menyatakan bahwa budaya organisasi hijau

berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Karena perusahaan saat ini dituntut untuk dapat menerapkan budaya organisasi hijau dalam menjalankan bisnisnya sebagai tanggung jawabnya terhadap isu keberlanjutan lingkungan sebagaimana pemaparan yang diberikan oleh (WCED, 1987).

Kemudian manajemen rantai pasokan hijau tidak terdapat pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berdasarkan analisis yang dilakukan terhadap laporan keberlanjutan perusahaan yang dimana sebagian besar perusahaan belum mengungkapkan bagaimana keterkaitan dari indikator manajemen rantai pasokan hijau terhadap kinerja dan operasional yang dilakukan perusahaan. Sehingga penelitian ini didukung oleh penelitian dari (Zhu et al., 2007)^[19] yang menganalisis pengaruh rantai pasokan hijau terhadap kinerja industri otomotif. Hasil menunjukkan bahwa masih rendahnya kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dikarenakan hubungan dengan eksternal seperti pembelian hijau dengan *supplier* dan kerjasama pelanggan dengan kepedulian lingkungan yang masih buruk. Sementara itu, penelitian ini menolak hasil penelitian dari (Mirhedayatian et al., 2014)^[20] yang menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan hijau berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Adapun perbedaan ini dapat disebabkan karena objek penelitian yang dipilih hanya pada perusahaan Irian yang memproduksi *softdrink*.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran hijau tidak terdapat pengaruh terhadap kinerja perusahaan, dimana sebagian besar perusahaan belum mengungkapkan bagaimana keterkaitan dari indikator pemasaran hijau terhadap kinerja dan operasional perusahaan karena hanya sebatas mengungkapkan mengenai bagaimana pemasaran hijau dilakukan oleh perusahaan secara umum dan tidak terperinci seperti hanya mengungkapkan pemasaran melalui media sosial namun tidak menjelaskan bagaimana pemasaran melalui media digital tersebut berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. (Fraj et al., 2011)^[21] mengungkapkan bahwa aktivitas berorientasi proses seperti *eco-design*, *reverse logistics*, atau penggunaan bahan baku yang lebih ramah lingkungan dalam suatu produk dan kemasan nampaknya berkontribusi untuk memangkas biaya dan meningkatkan efisiensi kinerja serta operasional perusahaan. Sehingga penelitian ini bertolak belakang dengan hasil penelitian dari (Mukonza & Swarts, 2020) yang menganalisis pengaruh pemasaran hijau terhadap kinerja perusahaan retail. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa para manajer di harus terus menerus melakukan *research* dan menghasilkan inovasi dan proses yang lebih hijau.

Selanjutnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan lingkungan tidak memiliki pengaruh yang besar tetapi signifikan antara budaya organisasi hijau terhadap kinerja perusahaan. Dimana pengungkapan budaya organisasi hijau dapat berpengaruh secara langsung tanpa adanya pengungkapan kepemimpinan lingkungan, karena dalam operasional perusahaan budaya organisasi hijau sangat penting dilakukan dan menjadi tanggung jawab bersama para pemangku kepentingan baik pihak internal maupun eksternal perusahaan guna keberlanjutan lingkungan di masa mendatang. Meskipun menurut (Y. Chen et al., 2012) suatu perusahaan memiliki proses sebagai bentuk kontribusi dalam upaya meningkatkan inovasi dan pengelolaan yang mempengaruhi terhadap lingkungan sekitarnya. Sehingga hasil ini menolak penelitian (Imran et al., 2021) yang menganalisis pengaruh budaya organisasi hijau terhadap kinerja perusahaan dengan dimoderasi kinerja lingkungan menyatakan jika kepemimpinan lingkungan memperkuat pengaruh positif budaya organisasi hijau terhadap perusahaan. Karena budaya organisasi hijau mempromosikan nilai-nilai ramah lingkungan yang membantu manajer menjadi lebih sadar akan sumber daya yang digunakan, limbah yang dihasilkan dan energi yang digunakan, sehingga meningkatkan kinerja organisasi. Adapun perbedaan hasil penelitian ini disebabkan hanya menggunakan data perusahaan sektor manufaktur yang membuat generalisasi menjadi sulit pada hasil penelitian sebelumnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan lingkungan tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh antara manajemen rantai pasokan hijau terhadap kinerja perusahaan, karena dari hasil analisis konten terhadap laporan keberlanjutan yang dilakukan masih terdapat perusahaan yang hanya menjelaskan secara umum mengenai hubungan dengan para pemangku kepentingan. Namun tidak dibarengi dengan keterlibatan pimpinan perusahaan yang terperinci

terhadap hubungan antara pihak eksternal perusahaan tersebut sehingga menimbulkan adanya perbedaan informasi yang diterima antara kedua belah pihak yang menyebabkan hubungan manajemen rantai pasokan hijau perusahaan terhadap kinerja perusahaan diperlemah oleh kepemimpinan lingkungan, jika pimpinan perusahaan tidak terlibat penuh dalam hubungan dan komunikasi dengan para pemangku kepentingan. Adapun informasi mengenai manajemen rantai pasokan hijau diperlukan sebagai sinyal informasi dalam pengambilan keputusan bagi para pemangku kepentingan yang dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Karena pada saat ini perusahaan dihadapkan pada tantangan yang melibatkan masalah lingkungan sehingga penerapan visi dan misi keberlanjutan perusahaan perlu ditetapkan dan dijelaskan secara terperinci oleh pemimpin perusahaan yang dapat menandakan bahwa perusahaan tersebut memperhatikan aspek keberlanjutan yang akan membuat perusahaan memiliki nama baik dimata para pemangku kepentingan dan berdampak pada kinerja perusahaan yang meningkat. Selain itu, kepemimpinan yang efektif sangat penting dan diperlukan untuk mengatasi masalah sosial dan lingkungan ini dikarenakan pemilik kepentingan dan kalangan lain merupakan pertanggungjawaban perusahaan seperti dijelaskan dalam *stakeholder theory* (Freeman, 1984).

Kemudian, berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepemimpinan lingkungan tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh antara pemasaran hijau terhadap kinerja perusahaan, karena harus adanya komunikasi yang tinggi antara perusahaan dan masyarakat sekitar dalam menjalankan usahanya. Sehingga dengan diterapkannya pemasaran hijau dengan konsep bisnis yang ramah lingkungan dan diimplementasikan dalam bentuk promosi, penciptaan produk hingga produk sampai di tangan konsumen sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan (Yazdanifard & Mercy, 2011)^[22], hal ini diharapkan bahwa dengan adanya kepemimpinan lingkungan yang dimiliki suatu perusahaan mampu mempengaruhi pemasaran hijau perusahaan tersebut. Namun jika melihat dari hasil penelitian ini bahwa dengan dilakukannya pengungkapan kepemimpinan lingkungan tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh pemasaran hijau terhadap kinerja perusahaan.

5. Simpulan, Keterbatasan, Saran

5.1. Simpulan

Di dalam penelitian yang telah dilakukan, terdapat tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh dari budaya organisasi hijau, manajemen rantai pasokan hijau, dan pemasaran hijau terhadap kinerja perusahaan dimoderasi dengan kepemimpinan lingkungan kepada perusahaan yang termasuk ke dalam daftar Tahun 2021 Bursa Efek Indonesia. Terdapat beberapa kesimpulan yang didapatkan setelah melakukan penelitian dan mendapatkan hasilnya yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Budaya Organisasi Hijau berpengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja perusahaan.
2. Manajemen rantai pasokan hijau dan pemasaran hijau tidak memiliki pengaruh yang terhadap Kinerja Perusahaan. Hal tersebut disebabkan oleh perusahaan yang termasuk ke dalam daftar Tahun 2021 BEI masih memiliki pengungkapan dan penerapan pemasaran hijau dan manajemen rantai pasokan hijau yang rendah.
3. Kepemimpinan Lingkungan tidak memiliki pengaruh yang besar tetapi signifikan antara budaya organisasi hijau terhadap kinerja perusahaan. Namun, Kepemimpinan Lingkungan tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh antara manajemen rantai pasokan hijau dan pemasaran hijau terhadap kinerja perusahaan.
4. Variabel kontrol *Size* dan *Leverage* memiliki pengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan namun pengaruh tersebut tidak signifikan.

5.2. Keterbatasan

Setelah melakukan penelitian, peneliti sadar bahwa masih terdapat banyak keterbatasan di dalam hasil penelitian, sehingga berikut keterbatasan yang dihadapi peneliti :

1. Untuk tiga variabel yakni variabel budaya organisasi hijau, manajemen rantai pasokan hijau, pemasaran hijau dan kepemimpinan lingkungan, pengambilan datanya

menggunakan metode analisis konten, sehingga subjektif dan rawan terjadinya bias informasi.

5.3. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikemukakan implikasi secara teoritis dan praktis bagi pemerintah dan akademisi adalah sebagai berikut :

1. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan, pedoman/acuan dan rujukan bagi departemen lingkungan hidup dalam membuat kebijakan atau regulasi terkait dengan tanggung jawab perusahaan mengenai keberlanjutan lingkungan.

2. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat menjadi ilmu pengetahuan bagi para akademisi sebagai pengembangan ilmu di bidang akuntansi manajemen, akuntansi keuangan serta akuntansi keberlanjutan dan dapat digunakan sebagai rujukan penelitian selanjutnya.

5.4. Saran

Setelah melakukan penelitian, peneliti merumuskan saran-saran kepada peneliti pada masa selanjutnya untuk melaksanakan penelitian yang serupa, yaitu:

1. Dikarenakan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis konten dengan pemberian bobot 1 dan 0, sehingga hasilnya subjektif dan rawan terjadinya bias informasi. Dengan demikian, untuk menghindari subjektivitas tersebut peneliti menyarankan harus dilakukan pengecekan oleh pihak kedua dengan memberikan bobot nilai lebih dari 2.
2. Peneliti selanjutnya dapat menggunakan metode analisis lain seperti penelitian dari (Imran et al., 2021) yang menggunakan *Partial Least Square-Structural Equation Model* (PLS-SEM) dan (Chandra et al., 2021) yang menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) untuk mengukur pengaruh variabel Budaya Organisasi Hijau terhadap Kinerja Perusahaan, kemudian penelitian (Mirhedayatian et al., 2014) yang menggunakan *Data Envelopment Analysis* (DEA) sebagai alat untuk mengetahui adanya pengaruh kepada Kinerja Perusahaan dari Manajemen Rantai Pasokan Hijau dan penelitian dari (Mukonza & Swarts, 2020) yang menggunakan *Path Analysis* untuk mengukur pengaruh Pemasaran Hijau terhadap Kinerja Perusahaan guna memperkuat hasil yang didapatkan dan mengurangi informasi yang bias.
3. Variabel lain yang memiliki kaitan dengan lingkungan dapat ditambahkan oleh peneliti selanjutnya dalam menjelaskan kaitannya dengan kinerja perusahaan, di luar dari variabel yang sudah digunakan oleh peneliti di dalam penelitian yang telah dilakukan, seperti penelitian dari (Rafi & Murwaningsari, 2022)^[23] dengan memasukkan variabel *environmental leadership* dan *environmental capability*, kemudian (Chandra et al., 2021) yang menambahkan *green competitive advantage* dan *green innovation*.

Daftar Pustaka

- [1] Al-Salaymeh, M. (2013). *INTERDISCIPLINARY JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESS The Application of the Concept of Green Marketing in the Productive Companies form the Perspective of Workers*.
- [2] Berry, J. K. (ed. .), & Gordon, J. C. (ed. .) (1993). *Environmental leadership: developing effective skills and styles*. Washington, DC (USA) Island Press.
- [3] Chandra, K., Arafah, W., & Basri, Y. Z. (2021). Analysis of the Effect of Green Organizational Culture on Organizational Performance and Competitive Advantages of Green through Green Innovation in Manufacturing Industries. In *Journal of Hunan University (Natural Sciences)* (Vol. 48, Issue 6).
- [4] Chen, Y., Chang, C., & Wu, F. (2012). Origins of green innovations: the differences between proactive and reactive green innovations. *Management Decision*, 50(3), 368–398.

- <https://doi.org/10.1108/00251741211216197>
- [5] Chen, Y. S. (2011). Green organizational identity: Sources and consequence. *Management Decision*, 49(3), 384–404. <https://doi.org/10.1108/00251741111120761>
- [6] Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management*, 37(1), 39–67. <https://doi.org/10.1177/0149206310388419>
- [7] Diabat, A., Khodaverdi, R., & Olfat, L. (2013). An exploration of green supply chain practices and performances in an automotive industry. *International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 68(1–4), 949–961. <https://doi.org/10.1007/s00170-013-4955-4>
- [8] Dubey, R., Gunasekaran, A., & Papadopoulos, T. (2017). Green supply chain management: theoretical framework and further research directions. In *Benchmarking* (Vol. 24, Issue 1, pp. 184–218). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/BIJ-01-2016-0011>
- [9] Fraj, E., Martínez, E., & Matute, J. (2011). Green marketing strategy and the firm's performance: The moderating role of environmental culture. *Journal of Strategic Marketing*, 19(4), 339–355. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2011.581382>
- [10] Freeman, R. E. (1984). *Stakeholder management: framework and philosophy*.
- [11] Imran, M., Arshad, I., & Ismail, F. (2021). Green Organizational Culture and Organizational Performance: The Mediating Role of Green Innovation and Environmental Performance. *Jurnal Pendidikan IPA Indonesia*, 10 No. 4 (2021), 515–530. <https://doi.org/10.15294/jpii.v10i4.32386>
- [12] Jang, Y. J., Zheng, T., & Bosselman, R. (2017). Top managers' environmental values, leadership, and stakeholder engagement in promoting environmental sustainability in the restaurant industry. *International Journal of Hospitality Management*, 63, 101–111. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.03.005>
- [13] Kim, M., & Stepchenkova, S. (2018). Does environmental leadership affect market and eco performance? Evidence from Korean franchise firms. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 33(4), 417–428. <https://doi.org/10.1108/JBIM-02-2017-0046>
- [14] Mirhedayatian, S. M., Azadi, M., & Farzipoor Saen, R. (2014). A novel network data envelopment analysis model for evaluating green supply chain management. *International Journal of Production Economics*, 147(PART B), 544–554. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2013.02.009>
- [15] Mukonza, C., & Swarts, I. (2020). The influence of green marketing strategies on business performance and corporate image in the retail sector. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 838–845. <https://doi.org/10.1002/bse.2401>
- [16] Rafi, M., & Murwaningsari, E. (2022). Pengaruh Environmental Leadership dan Environmental Capability Terhadap Firm Performance Dimoderasi dengan Size. *Owner*, 6(4), 3870–3880. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i4.1130>
- [17] Schmiedel, T., vom Brocke, J., & Recker, J. (2013). Which cultural values matter to business process management?: Results from a global Delphi study. *Business Process Management Journal*, 19(2), 292–317. <https://doi.org/10.1108/14637151311308321>
- [18] Su, X., Xu, A., Lin, W., Chen, Y., Liu, S., & Xu, W. (2020). Environmental Leadership, Green Innovation Practices, Environmental Knowledge Learning, and Firm Performance. *SAGE Open*, 10(2). <https://doi.org/10.1177/2158244020922909>
- [19] Yazdanifard, A. P. D. R., & Mercy, I. (2011). *The impact of Green Marketing on Customer satisfaction and Environmental safety* (Vol. 5).
- [20] Younis, H., & Sundarakani, B. (2020). The impact of firm size, firm age and environmental management certification on the relationship between green supply chain practices and corporate performance. *Benchmarking*, 27(1), 319–346. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2018-0363>
- [21] Zhu, Q., Sarkis, J., & Lai, K. hung. (2007). Green supply chain management: pressures, practices and performance within the Chinese automobile industry. *Journal of Cleaner Production*, 15(11–12), 1041–1052. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2006.05.021>