

PENGARUH BUDAYA ORGANISASI HIJAU, KEPEMIMPINAN LINGKUNGAN, MANAJEMEN RANTAI PASOKAN HIJAU DAN PEMASARAN HIJAU TERHADAP FINANCIAL PERFORMANCE

Dimas Yuanito Yudisira Putra¹
Khomsiyah²

^{1,2}Program Studi Akuntansi, Universitas Trisakti Jakarta, Indonesia.

*Korespondensi: khomsiyah@trisakti.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memastikan hubungan antara kinerja keuangan dan budaya organisasi hijau, kepemimpinan lingkungan, manajemen rantai pasokan hijau, dan pemasaran hijau. Sebanyak 108 perusahaan sektor *Consumer Cyclical* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menjadi sampel penelitian. Informasi diperoleh dari sumber sekunder, seperti laporan tahunan dan laporan keberlanjutan. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda sebagai metode analisisnya. Temuan penelitian ini bersifat independen berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Kinerja Keuangan Perusahaan (Margin Laba Bersih) dipengaruhi secara positif oleh budaya organisasi hijau, manajemen rantai pasokan hijau, dan pemasaran hijau; kepemimpinan lingkungan tidak berdampak pada metrik ini. Rasio kas perusahaan dipengaruhi secara positif oleh budaya organisasi hijau, kepemimpinan lingkungan, dan pemasaran hijau; namun, manajemen rantai pasokan ramah lingkungan berdampak kecil pada *cash ratio*.

Kata Kunci: Budaya Organisasi Hijau, Kepemimpinan Lingkungan, Manajemen Rantai Pasokan Hijau, Pemasaran Hijau, Kinerja Keuangan.

ABSTRACT

The purpose of this study is to ascertain the relationship between financial performance and green organisational culture, environmental leadership, green supply chain management, and green marketing. 108 Consumer Cyclical sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) made up the study's sample. Information gleaned from secondary sources, such as annual reports and sustainability reports. This study employed multiple linear regression analysis as its analysis method. The findings of this study are independently based on the research that has been done. Corporate Financial Performance (Net Profit Margin) is positively impacted by green organisational culture, green supply chain management, and green marketing; environmental leadership has no impact on this metric. The cash ratio of a company is positively impacted by green organisational culture, environmental leadership, and green marketing; however, green supply chain management has little impact on cash ratio.

Keywords: Green Organizational Culture, Environmental Leadership, Green Supply Chain Management, Green Marketing, Financial Performance

Submission Date: September 13, 2023 **Revised Date:** December 26, 2023 **Published Date:** December 31, 2023

PENDAHULUAN

Kekhawatiran tentang kinerja lingkungan telah muncul dengan meningkatnya emisi karbon akibat efek rumah kaca. Hilangnya lapisan ozon menimbulkan panas bumi yang dibuktikan dengan mencairnya es di kutub. Di satu sisi, pertumbuhan populasi manusia—yang kini telah melampaui tujuh miliar jiwa—memerlukan banyak sumber daya, yang beberapa di antaranya benar-benar berdampak negatif terhadap lingkungan. Untuk menghindari masalah ini, pertimbangkan gagasan *green accounting* (Fatima, 2022).

Ungkapan “Go Green” juga sudah dikenal masyarakat luas dan sering digunakan. Tim Ilmiah Perserikatan Bangsa-Bangsa telah mengindikasikan bahwa manusia adalah penyebab utama pemanasan global, sehingga tampaknya kata ini digunakan untuk melindungi lingkungan dari ancaman ini. Akibatnya, manusia adalah pondasi untuk menjaga dan melindungi lingkungan. Model perusahaan ramah lingkungan (*Green Companies*) semakin dibutuhkan dalam dunia korporasi sekarang karena kesadaran etis terhadap lingkungan (Anwar, 2022). Menurut kajian Imran tahun 2021 budaya

Oorganisasi hijau berpengaruh positif terhadap *financial performance*. Menurut kajian Kim & Stepchenkova tahun 2018 kepemimpinan lingkungan berpengaruh positif terhadap *financial performance*. Menurut kajian Qianli, (2017) manajemen rantai pasokan hijau berpengaruh positif terhadap *financial performance*. Menurut kajian Chen & Chang, 2013 Pemasaran Hijau berpengaruh positif terhadap *financial performance*.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Legitimasi

Teori legitimasi memberikan aturan dan batasan yang mendorong bisnis untuk memperhatikan lingkungan dan masalah sosial, menjadikannya salah satu pendukung yang membantu perusahaan berkembang dalam bisnis (Dowling, 1975). Landasan teori legitimasi adalah interaksi antara masyarakat dengan organisasi atau bisnis yang memiliki misi yang jelas dan menjunjung tinggi nilai-nilai yang berlaku di masyarakat. Tesis legitimasi didasarkan pada gagasan bahwa institusi dan masyarakat berinteraksi secara sosial, memerlukan keselarasan tujuan institusional dengan cita-cita masyarakat.

Teori Resource Based-View (RBV)

Pandangan teori *resource based view* (RBV) adalah perspektif pada bisnis yang menginformasikan bagaimana seseorang mendekati strategi. Menurut gagasan ini, sebuah perusahaan hanyalah kumpulan sumber daya. Perusahaan berbeda satu sama lain berdasarkan sumber daya ini dan bagaimana mereka terintegrasi. Dengan kata lain, lingkungan internal organisasi menjadi dasar kajian. Prinsip utama teori ini adalah bahwa perusahaan harus fokus secara internal pada sumber daya dan potensi yang saat ini dapat diakses daripada mencari ceruk pasar atau keunggulan kompetitif di luar. Sumber daya dan kapabilitas membentuk sepasang indikator pertama yang digunakan untuk mengevaluasi keefektifan pendekatan RBV (Hitt et al., 2001).

Kinerja Keuangan

Kajian terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan dilakukan untuk melihat seberapa sukses penerapan aturan-aturan pelaksanaan keuangan tersebut. Kinerja keuangan suatu perusahaan memberikan gambaran umum tentang keberhasilannya, yang dapat dianggap sebagai hasil dari beberapa keputusan yang telah dibuat. Kinerja keuangan dapat dianggap sebagai analisis yang dilakukan untuk memastikan berapa lama suatu bisnis telah beroperasi dengan menerapkan prinsip-prinsip implementasi keuangan secara akurat dan tepat (Fahmi, 2012).

Budaya Organisasi Hijau

Budaya organisasi hijau dapat didefinisikan sebagai nilai-nilai, serta prinsip-prinsip, dan keyakinan yang mengatur perilaku dan aktivitas organisasi yang berkaitan dengan lingkungan alam. Ini mengungkapkan keinginan atau tanggung jawab organisasi yang tak tergoyahkan untuk tetap berdedikasi pada masalah lingkungan. Budaya *pro* lingkungan, budaya keberlanjutan, kesadaran hijau, dan budaya ramah lingkungan adalah nama lain dari budaya organisasi hijau. Menurut Tahir et al. (2019), budaya organisasi hijau mengacu pada norma sosial, simbol, ide bersama, nilai, dan stereotip yang digunakan untuk mengelola lingkungan tempat kerja dan menentukan harapan untuk perilaku individu.

Kepemimpinan Lingkungan

Menurut Egri dan Herman (2000), kepemimpinan lingkungan adalah kapasitas untuk membujuk orang dan mengilhami sekelompok orang untuk menjalankan visi keberlanjutan ekologi jangka panjang. Menurut Gandolfi, F. and Stone (2018), gaya kepemimpinan dalam suatu organisasi sangat penting untuk memotivasi staf agar bekerja keras dan antusias untuk mencapai tujuan. Kumpulan banyak fitur, tindakan, dan karakteristik yang digunakan pemimpin untuk berkomunikasi dengan staf mereka dikenal sebagai gaya kepemimpinan mereka.

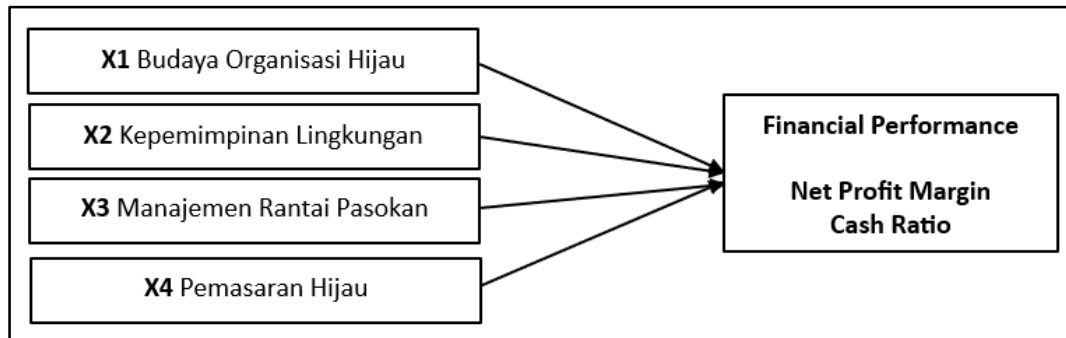
Manajemen Rantai Pasokan Hijau

Menurut Dheeraj (2012), GSCM adalah pendekatan baru untuk menerapkan strategi rantai pasokan yang didasarkan pada konteks lingkungan dan melibatkan tindakan seperti substitusi bahan, pengurangan, daur ulang, dan penggunaan kembali. Menurut Toke (2010), gagasan GSCM adalah penggabungan perspektif lingkungan ke dalam manajemen rantai pasok, yang meliputi desain produk, pemilihan sumber bahan baku, prosedur manufaktur, pengiriman barang jadi ke pelanggan, dan manajemen produk setelah selesai. menjalankan jalurnya. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa gagasan GSCM dibangun dari sudut pandang lingkungan, yaitu bagaimana mengurangi limbah dan konsekuensi lingkungan yang ditimbulkan oleh operasi rantai pasok bisnis industri.

Pemasaran Hijau

Menurut Lozada (2000) Pemasaran Hijau adalah penerapan metode pemasaran untuk mempromosikan perubahan yang mencapai tujuan perusahaan dan individu dalam menjaga, menjaga, dan melestarikan lingkungan fisik. Inisiatif untuk pemasaran hijau melibatkan lebih dari sekadar membangun citra. Deskripsi pemasaran hijau diberikan oleh Piagam sebagai pendekatan manajemen tanggung jawab strategis yang komprehensif yang mengakui, meramalkan, memuaskan, dan memenuhi persyaratan pemangku kepentingan untuk memberikan insentif yang adil yang tidak merugikan orang atau kesehatan lingkungan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Pengaruh Budaya Organisasi Hijau terhadap *Financial Performance*

Sikap, keyakinan, dan tindakan anggota organisasi yang peduli terhadap lingkungan disebut sebagai "budaya organisasi hijau". Sukses lebih mungkin dicapai oleh perusahaan semakin baik budaya organisasinya. Divisi sumber daya perusahaan sangat penting dalam memungkinkan GOC karena membentuk nilai, sikap, dan tindakan tenaga kerja. Untuk memungkinkan transformasi organisasi untuk pertumbuhan berkelanjutan jangka panjang, penelitian Pellegrini, Rizzi, dan Frey (2018) menyoroti pentingnya menciptakan kebijakan SDM untuk meningkatkan keterlibatan dan perilaku karyawan. Karyawan yang diberi pelatihan dan penghargaan karena mengambil bagian dalam kegiatan pro-lingkungan pada akhirnya membantu pengembangan dan promosi budaya hijau di dalam perusahaan. Pengaruh *Green Organizational Culture* akan lebih bermanfaat bagi kinerja keuangan perusahaan sektor pertambangan. Ini agar organisasi dapat bekerja lebih baik dengan mendorong sikap ramah lingkungan yang membantu manajer menjadi lebih sadar akan sumber daya yang mereka konsumsi, limbah yang mereka hasilkan, dan energi yang mereka gunakan (Imran et al., 2021). Akibatnya, berikut ini adalah bagaimana teori dinyatakan:

H1: Budaya Organisasi Hijau berpengaruh positif terhadap *Financial Performance*.

Pengaruh Kepemimpinan Lingkungan terhadap *Financial Performance*

Partisipasi kepemimpinan lingkungan dapat meningkatkan kesuksesan bisnis. Studi Su et al. (2020) menemukan bahwa kepemimpinan lingkungan secara langsung meningkatkan kesuksesan bisnis yang dinilai dari sudut pandang keuangan dan lingkungan. Hal ini karena bisnis menjunjung tinggi visi dan tujuan keberlanjutan yang telah ditetapkan oleh pimpinan bisnis, menunjukkan bahwa bisnis memperhatikan isu-isu keberlanjutan yang akan membantu bisnis memiliki reputasi positif di mata pelanggan. Penelitian tentang kepemimpinan lingkungan bermula dari kebutuhan organisasi akan transformasi menuju kinerja pembangunan berkelanjutan. Penelitian Pan dan Tian (2017) juga menunjukkan bahwa kepemimpinan lingkungan akan mempengaruhi identitas organisasi hijau, sehingga meningkatkan kinerja hijau inovasi. Selain aspek ekologi, lingkungan kepemimpinan juga dikaitkan dengan manfaat organisasi lainnya: peningkatan citra perusahaan, peningkatan reputasi, motivasi karyawan yang lebih baik, produktivitas yang lebih tinggi (Ambec & Lanoie, 2008; Kim & Stepchenkova, 2018; Roy et al., 2001), dan kinerja pasar yang lebih tinggi, yaitu berhubungan erat dengan kinerja keuangan perusahaan.

H2 : Kepemimpinan Lingkungan berpengaruh positif terhadap *Financial Performance*.

Pengaruh Manajemen Rantai Pasokan Hijau terhadap *Financial Performance*

Teknik lingkungan yang efektif bagi bisnis untuk mendapatkan keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja adalah manajemen rantai pasokan hijau. Adopsi manajemen rantai pasokan hijau dapat membantu bisnis dalam menggunakan bahan daur ulang dan menurunkan biaya sumber daya mentah, yang akan meningkatkan pendapatan dan meningkatkan

kinerja bisnis. Menurut Gang et al. (2017), ada lima faktor kunci yang mempengaruhi kinerja perusahaan, antara lain ekonomi, lingkungan, dan operasi. (Choi & Hwang, 2015) menemukan bahwa manajemen rantai pasokan hijau dapat bermanfaat bagi kinerja perusahaan, yang membantu perusahaan mengembangkan manajemen lingkungan yang dimodifikasi untuk menghasilkan kinerja perusahaan yang lebih baik. Manajemen rantai pasokan hijau memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan, menunjukkan kemampuannya untuk membangun keunggulan kompetitif dan meningkatkan kinerja keuangan dari waktu ke waktu, menurut Khan dan Qianli (2017).

H3: *Green Supply Chain Management* berpengaruh positif terhadap *Financial Performance*.

Pengaruh Pemasaran Hijau terhadap *Financial Performance*

The American Marketing Association (AMA) mendefinisikan green marketing sebagai promosi produk yang mengutamakan perlindungan lingkungan. Ini mencakup semua operasi bisnis, seperti modifikasi produk, manufaktur, pengemasan, dan promosi. Setiap bisnis yang menggunakan green marketing sering memutuskan untuk menjual barang ramah lingkungan, membuat desain produk yang memiliki dampak lingkungan negatif yang minimal, dan memproduksi, memasarkan, mengemas, dan mengklaim produk dengan cara yang lebih memperhatikan masalah lingkungan. Istilah "Green Marketing" mengacu pada setiap inisiatif pemasaran yang dirancang untuk mendorong dan mempertahankan perilaku pelanggan yang sadar lingkungan (Chen & Chang, 2013). Berdasarkan penjelasan diatas, maka dirumuskan hipotesis :

H4 : Pemasaran Hijau berpengaruh positif terhadap *Financial Performance*.

METODE PENELITIAN

Menggunakan sumber data hasil keuangan tahunan dan keberlanjutan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021 dan 2022, penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif. Metode pemilihan sampel disebut Purposive Sampling, dan melibatkan pemilihan sampel secara sukarela daripada secara acak. Kriteria dan standar pengumpulan data juga telah ditentukan sebelumnya.

Pengukuran Variabel

Financial Performance

Kinerja keuangan akan diteliti sebagai variabel dependen dalam penelitian ini. Indikator kinerja keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dievaluasi untuk tahun 2021–2022 dengan menggunakan rasio profitabilitas dan rasio likuiditas berdasarkan *Net Profit Margin* (NPM) dan *Cash Ratio*.

NPM adalah kapasitas perusahaan untuk menghasilkan laba pada tingkat penjualan tertentu. Margin laba bersih. Nilai NPM akan naik sebagai respon dari kenaikan laba bersih, begitu pula sebaliknya; penurunan laba bersih juga akan mengakibatkan penurunan nilai NPM. Oleh karena itu, NPM yang tinggi atau rendah akan mempengaruhi pertumbuhan laba.

$$\text{Net Profit Margin} = \text{Laba Bersih} / \text{Penjualan} \times 100\% \dots\dots\dots(1)$$

Cash Ratio adalah kemampuan korporasi untuk melunasi kewajiban lancarnya, atau kewajiban jangka pendek, dinilai dengan menggunakan kasnya sendiri (dan setara kas seperti giro atau deposito bank lainnya yang dapat diambil sewaktu-waktu), sesuai dengan rasio kas. Menurut Eugene F. Brigham dan Joel F. Houston, 2001 "Semakin tinggi Cash Ratio menunjukkan kemampuan kas perusahaan untuk memenuhi (membayar) kewajiban jangka pendeknya".

$$\text{Cash Ratio} = \text{Kas} + \text{Setara Kas} / \text{Hutang Lancar} \dots\dots\dots(2)$$

Budaya Organisasi Hijau

Budaya organisasi, menurut (Robbins, 2009), adalah mekanisme yang digunakan anggota untuk membedakan organisasi mereka dari organisasi lain. Jika ditelisik lebih dekat, sistem makna umum ini sebenarnya adalah kumpulan ciri-ciri penting yang menentukan suatu organisasi.

$$\text{GOC} = \text{Total item yang digunakan tiap elemen} / \text{Total keseluruhan indicator} \times 100\% \dots\dots\dots(3)$$

Kepemimpinan Lingkungan

Kapasitas manajemen untuk mengintegrasikan dan mengatur kembali keterampilan sumber daya bisnis untuk meningkatkan manajemen inovasi lingkungan dikenal sebagai kemampuan lingkungan. Kepemimpinan Lingkungan

dapat diartikan sebagai proses dinamis dimana satu individu memengaruhi untuk berkontribusi pada pencapaian pengelolaan dan perlindungan lingkungan.

$$EL = \text{Total item yang digunakan tiap elemen} / \text{Total keseluruhan indicator} \times 100\% \dots\dots(4)$$

Manajemen Rantai Pasokan Hijau

Manajemen rantai pasokan global (GSCM) adalah pendekatan rantai pasokan yang menekankan masalah lingkungan dan mencakup langkah-langkah seperti pengurangan, penggunaan kembali, daur ulang, dan penggantian bahan. Ketika membahas manajemen rantai pasokan, istilah "manajemen rantai pasokan hijau" mengacu pada integrasi sudut pandang lingkungan ke dalam semua proses, termasuk desain produk, pengadaan bahan baku, teknik manufaktur, pengiriman produk konsumen, dan manajemen produk setelah kedaluwarsa.

$$GSCM = \text{Total item yang digunakan tiap elemen} / \text{Total keseluruhan indicator} \times 100\% \dots\dots(5)$$

Pemasaran Hijau

Green marketing adalah praktik yang menggabungkan pemasaran layanan, manajemen, dan model bisnis baru atau yang sedang berkembang bagi perusahaan untuk mengurangi bahaya terhadap lingkungan, seperti polusi dan dampak konsumsi sumber daya. memanfaatkan teknologi tepat guna untuk meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dan mengurangi dampak lingkungan dikenal sebagai "Inovasi Hijau", yang berfokus pada pemanfaatan sumber daya secara lebih efektif daripada pilihan saat ini.

$$GM = \text{Total item yang digunakan tiap elemen} / \text{Total keseluruhan indicator} \times 100\% \dots\dots(6)$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis Individu

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis terhadap *Financial Performance (Net Profit Margin)*

Variabel	H	Hipotesis	B	t	Sig.	Keterangan
(Constant)			0.158	6.810		
Green Organizational Culture	(+)	H1	0.034	1.672	0,049	Didukung
Environmental Leadership	(+)	H2	0.016	0.663	0,254	Tidak Didukung
Green Supply Chain Management	(+)	H3	0.096	4.066	0,000	Didukung
Green Marketing	(+)	H4	0.052	3.766	0,000	Didukung
<i>Adjusted R Square</i>						0,271
<i>F Test</i>						9,911
<i>F Sig.</i>						0,000

H1 : Budaya Organisasi Hijau Berpengaruh Positif terhadap *Financial Performance (Net Profit Margin)*

Berdasarkan hasil uji t (parsial) pada model regresi, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,049 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,049 < 0,05$) dan nilai unstandardized beta 0,034 dengan arah positif dan T hitung $> T$ Tabel ($1.672 > 1.98472$). Maka dapat disimpulkan bahwa organisasi yang memiliki nilai-nilai berkaitan dengan aturan dan keuntungan yang ditekankan sehingga dapat meningkatkan performa yang dimiliki oleh perusahaan, dengan adanya hal tersebut kita dapat mengetahui bahwa budaya organisasi hijau berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

H2 : Kepemimpinan Lingkungan Berpengaruh Positif terhadap *Financial Performance (Net Profit Margin)*

Berdasarkan hasil pengujian uji t dari tabel tersebut pada model regresi Kepemimpinan Lingkungan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,254 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,254 > 0,05$) dan nilai unstandardized beta 0,016 dengan arah positif dan T hitung $> T$ Tabel ($0,663 > 1.98472$). Maka dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan lingkungan digunakan untuk meningkatkan kualitas sumberdaya perusahaan, tetapi tidak akan menpengaruhi pendapatan perusahaan.

H3 : Manajemen Rantai Pasokan Hijau Berpengaruh Positif terhadap *Financial Performance (Net Profit Margin)*

Berdasarkan hasil pengujian uji t dari tabel tersebut pada model regresi Manajemen Rantai Pasokan Hijau diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai unstandardized beta 0,096 dengan

arah positif dan $T \text{ hitung} > T \text{ Tabel}$ ($4,066 > 1.98472$). Maka dapat disimpulkan bahwa proses pengadaan, produksi dan pengiriman barang dari perusahaan harus memperhatikan bahan baku yang ramah lingkungan sehingga akan mempengaruhi harga pokok dan kualitas meningkat sehingga akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

H4 : Pemasaran Hijau Berpengaruh Positif terhadap *Financial Performance (Net Profit Margin)*

Berdasarkan hasil pengujian uji t dari tabel tersebut pada model regresi Pemasaran Hijau diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai *unstandardized beta* 0,500 dengan arah positif dan $T \text{ hitung} > T \text{ Tabel}$ ($3,776 > 1.98472$). Maka dapat disimpulkan bahwa sistem/strategi pemasaran hijau yang dilakukan perusahaan kearah lingkungan akan meminimalisir limbah dari pemasaran tersebut dan dapat memperluas cakupan dari target pasar tersebut sehingga, pemasaran hijau dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis terhadap *Financial Performance (Cash Ratio)*

Variabel	H	Hipotesis	B	t	Sig.	Keterangan
(Constant)			0.802	9.784		
Green Organizational Culture	(+)	H1	0.385	5.341	0.000	Didukung
Environmental Leadership	(+)	H2	0.315	4.007	0.000	Didukung
Green Supply Chain Management	(+)	H3	0.128	1.565	0.060	Tidak Didukung
Green Marketing	(+)	H4	0.078	1.680	0.000	Didukung
<i>Adjusted R Square</i>						0.397
<i>F Test</i>						16.318
<i>F Sig.</i>						0.000

H1 : Budaya Organisasi Hijau Berpengaruh Positif terhadap *Financial Performance (Cash Ratio)*

Berdasarkan hasil pengujian uji t dari tabel tersebut pada model regresi Budaya Organisasi Hijau diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai *unstandardized beta* 0,385 dengan arah positif dan $T \text{ hitung} > T \text{ Tabel}$ ($5.341 > 1.98472$). Maka dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi hijau berpengaruh terhadap cash ratio karena, apabila perusahaan memberikan training terhadap karyawan akan mempengaruhi cost/ biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

H2 : Kepemimpinan Lingkungan Berpengaruh Positif terhadap *Financial Performance (Cash Ratio)*

Berdasarkan hasil pengujian uji t dari tabel tersebut pada model regresi Kepemimpinan Lingkungan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan nilai *unstandardized beta* 0,0315 dengan arah positif dan $T \text{ hitung} > T \text{ Tabel}$ ($4.007 > 1.98472$). Maka dapat disimpulkan perusahaan yang memiliki visi dan tujuan pelestarian lingkungan, perusahaan akan merealisasikan tujuan dalam bentuk kegiatan atau hal yang menunjang sumber daya yang berkualitas bagi perusahaan, maka kepemimpinan lingkungan akan mempengaruhi cost dari perusahaan.

H3 : Manajemen Rantai Pasokan Hijau Berpengaruh Positif terhadap *Financial Performance (Cash Ratio)*

Berdasarkan hasil pengujian uji t dari tabel tersebut pada model regresi Manajemen Rantai Pasokan Hijau diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,060 yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,060 < 0,05$) dan nilai *unstandardized beta* 0,128 dengan arah positif dan $T \text{ hitung} > T \text{ Tabel}$ ($1.565 > 1.98472$). Maka dapat disimpulkan bahwa manajemen lingkungan didasarkan pada tanggung jawab perusahaan yang berorientasi pada pelanggan dan memiliki tujuan utama untuk mencapai kepuasan pelanggan.

H4 : Pemasaran Hijau Berpengaruh Positif terhadap *Financial Performance (Cash Ratio)*

Berdasarkan hasil pengujian uji t dari tabel tersebut pada model regresi Pemasaran Hijau diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,048 yang berarti lebih kecil dari 0,05 ($0,048 < 0,05$) dan nilai *unstandardized beta* 0,078 dengan arah positif dan $T \text{ hitung} > T \text{ Tabel}$ ($1.680 > 1.98472$). Maka dapat disimpulkan sistem/strategi pemasaran perusahaan yang lebih ramah lingkungan akan meningkatkan cost yang dikeluarkan oleh perusahaan tetapi akan meningkatkan keefektifan dan efisiensi dari pemasaran produk tersebut.

KESIMPULAN

Peneliti sampai pada temuan berikut berdasarkan hasil pengujian sebagai berikut Kepemimpinan lingkungan tidak berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (margin laba bersih), tetapi budaya organisasi hijau, pemasaran hijau, dan manajemen rantai pasokan hijau semua memiliki dampak positif pada kinerja keuangan perusahaan (rasio kas). Kepemimpinan lingkungan tidak berdampak pada kinerja keuangan perusahaan (margin laba bersih).

DAFTAR PUSTAKA

- Aggarwal, P., & Agarwala, T. (2021). Green Organizational Culture: An Exploration of Dimensions. *Global Business Review*. <https://doi.org/10.1177/097215092111049890>
- Andalib Ardakani, D., Soltanmohammadi, A., & Seuring, S. (2022). The impact of customer and supplier collaboration on green supply chain performance. *Benchmarking*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-12-2020-0655>
- Fatima, E. (n.d.). *IMPACT OF GREEN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT ON FIRM PERFORMANCE*.
- Green Accounting, P., Perusahaan, U., Leverage Terhadap Financial Performance Dengan Nilai Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi Mabrurroh, D., Anwar, S., Pembangunan Nasional, U., & Timur, J. (n.d.). *THE EFFECT OF GREEN ACCOUNTING, FIRM SIZE, AND LEVERAGE ON THE FINANCIAL PERFORMANCE WITH FIRM VALUE AS AN MODERATING*.
- Hadjri, M. I. (2019). *GREEN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT, GREEN ORGANIZATIONAL CULTURE, AND ENVIRONMENTAL PERFORMANCE: AN EMPIRICAL STUDY*.
- Haizam, M., Saudi, M., Hardika, A., & Rashid, A. Z. A. (n.d.-a). *The effect of green organizational culture and green innovation in influencing competitive advantage and environmental performance*. <https://www.researchgate.net/publication/331962662>
- 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(4), 515–530. <https://doi.org/10.15294/jpii.v10i4.32386>
- Imran, M., & Jingzu, G. (2022). Green Organizational Culture, Organizational Performance, Green Innovation, Environmental Performance: A Mediation-Moderation Model. *Journal of Asia-Pacific Business*, 23(2), 161–182. <https://doi.org/10.1080/10599231.2022.2072493>
- Murwaningsari, E. (2023b). *Effect Of Green Organizational Culture And Green Supply Chain On Company Performance With Profitability As Moderation*. 4(1). <https://doi.org/10.35877/454RI.asci1348>
- Nasyaroeka STIE Prasetya Mandiri Lampung Jalan Zainal Abidin Pagar Alam No, J., Ratu, L., & Lampung, B. (n.d.). ANALISIS KOMPARATIF CASH RATIO DAN DEBT TO ASSETS RATIO TERHADAP RETURN ON ASSETS PADA PERUSAHAAN RETAIL TRADE DAN PERUSAHAAN TELEKOMUNIKASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. In *Jhon Nasyaroeka Jurnal Manajemen Magister* (Vol. 02, Issue 01).
- Novitasari, M., & Agustia, D. (2021a). Green supply chain management and firm performance: the mediating effect of green innovation. *Journal of Industrial Engineering and Management*, 14(2), 391–403. <https://doi.org/10.3926/jiem.3384>
- 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>
- Tarigan, J. (2016). Pengaruh Budaya Organisasi terhadap Kinerja Keuangan melalui Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan sebagai Variabel Interveningnya. *BUSSINESS ACCOUNTING REVIEW*.
- Wang, C. H. (2019). How organizational green culture influences green performance and competitive advantage: The mediating role of green innovation. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 30(4), 666–683. <https://doi.org/10.1108/JMTM-09-2018-0314>
- Xie, Z., Wang, J., & Zhao, G. (2022). Impact of Green Innovation on Firm Value: Evidence From Listed Companies in China's Heavy Pollution Industries. *Frontiers in Energy Research*, 9. <https://doi.org/10.3389/fenrg.2021.806926>

