

Perilaku Manajer Atas Isu Manajemen Lingkungan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Menggunakan Variabel *Intervening Customer Satisfaction* Pada Perusahaan Di Surabaya

Stephanie Anne Daniela dan Josua Tarigan
Akuntansi Bisnis Universitas Kristen Petra
Email: josuat@petra.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara perilaku manajer atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan menggunakan variabel *intervening Customer Satisfaction*. Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan digunakan sebagai variabel independen. Kinerja Keuangan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer sebagai variabel dependen. Penelitian ini juga menggunakan variabel *intervening* yaitu *Customer Satisfaction*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan non-manufaktur. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana data diperoleh melalui penyebaran kuisioner kepada perusahaan manufaktur dan non-manufaktur di Surabaya. Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan teknik analisis *path modeling* dengan alat bantu SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan atas Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan Kinerja Keuangan, Perilaku manajer atas isu manajemen lingkungan dengan *Customer Satisfaction*, dan *Customer Satisfaction* terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur dan non-manufaktur di Surabaya.

Kata kunci: Perilaku Manajer, Kinerja Keuangan, Customer Satisfaction, Manajemen Lingkungan.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of the attitude of managers on the issue of environmental management towards the company's financial performance, with Customer Satisfaction as intervening variable. Manager attitude on Environmental Management Issues was used as independent variables. Financial performance used primary data as the dependent variable. This study also used Customer's Satisfaction as intervening variable.. The sample used in this study was manufacturing and non-manufacturing firms in Surabaya. This study used quantitative approach, and the data obtained through the distribution of questionnaires. The hypothesis was tested by path analysis modeling techniques with SmartPLS. The results from this study showed that there was a significant and positive influence on Manager Attitude on Environmental Management Issues to financial performance, manager attitude on environmental management issues to financial performance, and customer's satisfaction to financial performance on manufacturing and non-manufacturing firms in Surabaya.

Keywords: Manager Attitude, Financial Performance, Customer Satisfaction, Environmental Management

PENDAHULUAN

Kelestarian akan lingkungan hidup merupakan suatu topik yang sedang hangat dan marak di kalangan dunia bisnis dan

industri. Hal ini dikarenakan issue mengenai lingkungan telah menjadi salah satu faktor yang menentukan keberlangsungan dari sebuah organisasi dan perusahaan. Konsep dari *Sustainability* sendiri mulai menarik

perhatian dunia sejak adanya deklarasi oleh *The World Commission on Environment and Development* atau yang biasa dikenal dengan *Brundtland Report* pada tahun 1987 (Fülöp dan Hernadi 2014). Oleh karena itu tren kesadaran dan tanggung jawab atas lingkungan oleh perusahaan pun semakin meningkat dengan harapan untuk menyelaraskan antara kegiatan operasional perusahaan dengan lingkungan sekitar sehingga dapat terjadi keharmonisan di antara keduanya (Bhattacharyya, 2014).

Sejak pertama kali dirumuskan pada tahun 1987 ini konsep mengenai *sustainable development* atau pembangunan berkelanjutan mulai digunakan di banyak negara. Dengan adanya konsep dari *sustainable development* ini mulai mengembangkan kesadaran akan pentingnya tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan bisnis sekitar. prinsip dari keberlanjutan ini adalah membangun untuk memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kebutuhan generasi yang akan datang. Oleh karena itu hal ini dapat dicapai apabila perusahaan dalam menjalankan usahanya tidak hanya berorientasi pada *profit/* laba yang diterima dan menomor sekian aspek lingkungan dan sosial.

Dengan semakin buruknya dampak yang dihasilkan dari ketidakpedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial sekitarnya sekarang pelaporan keberlanjutan / *sustainability reporting* juga telah menjadi suatu praktik umum dalam upaya bagaimana usaha perusahaan untuk merespon ekspektasi dan kritik dari para pemangku kepentingan (*stakeholder*) yang ingin mendapat informasi yang lebih baik mengenai dampak aktifitas bisnis yang ada terhadap aspek sosial dan lingkungan (Boiral, 2013).

Di Indonesia, isu mengenai lingkungan juga semakin marak di mana Indonesia merupakan negara berkembang sehingga kesadaran akan lingkungan sedikit lebih rendah dibandingkan dengan beberapa negara maju lainnya. Namun di Indonesia pelaporan akan keberlanjutan ini mulai digalakkan sesuai dengan Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Menurut *National Center for Sustainability Reporting* (NCSR), pelaporan keberlanjutan di Indonesia terus berkembang dan semakin bertambah jumlahnya dari tahun ke tahun

Dengan semakin meningkatnya trend *sustainability* ini membuktikan bahwa isu lingkungan tidak lagi dipandang sebelah mata oleh perusahaan. Banyak penelitian

yang membuktikan bahwa perusahaan yang melakukan inisiatif atas tanggung jawab lingkungan cenderung mengalami peningkatan pada performa perusahaan, khususnya dalam aspek kinerja keuangan. Peningkatan atas performa perusahaan tak luput dari bagaimana perilaku manajer di perusahaan tersebut. seperti yang akan dikaji pada penelitian ini.

Penelitian mengenai perilaku manajer atau yang biasa disebut dengan (*belief system*) mulai banyak berkembang dan diteliti. Penelitian sebelumnya datang dari Cummings (2008) yang mengkaji mengenai perilaku manajer terhadap isu manajemen lingkungan di wilayah Australia, China, dan Indonesia dengan menggunakan indikator *The New Ecological Paradigm* sebagai pengukur tingkat pro-orientasi terhadap lingkungan. Cummings menemukan bahwa terdapat perbedaan perilaku yang signifikan dari ke-3 responden di masing-masing negara. Penelitian yang lain dilakukan atas aspek kinerja keuangan seperti yang dilakukan oleh Tarigan dan Hatane (2014), Chris K.Y. Lo et al. (2010) yang meneliti lebih lanjut mengenai hubungan antara issue lingkungan dengan kinerja keuangan (*financial performance*) dari perusahaan. Hasilnya bahwa ada hubungan antara pengungkapan atas issue lingkungan dengan kinerja keuangan.

Selain itu tujuan lain perusahaan dalam melakukan inisiatif atas tanggung jawab sosialnya pada lingkungan sekitar adalah berkaitan dengan hubungan perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif, kinerja keuangan, reputasi perusahaan, dan juga kepuasan pelanggan (El-Garaihy et al., 2014)

Oleh karena itu akan lebih lanjut diteliti hubungan yang terjadi atas perilaku manajer terhadap isu lingkungan apakah diperkuat oleh aspek kepuasan pelanggan. Dikutip oleh Fornell et al (2006) dalam Bhattacharya (2014) bahwa dalam perkembangan dunia bisnis saat ini kepuasan pelanggan telah diakui sebagai salah satu bagian penting atas strategi yang dijalankan oleh perusahaan dan menjadi faktor pendorong utama bagi profitabilitas perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi dari respon emosional yang diperoleh pelanggan atas hasil konsumsi suatu produk atau layanan tertentu. (Petrick, 2002). Hasil riset yang ada membuktikan bahwa kepuasan pelanggan telah menjadi salah satu indikator penting untuk mengembangkan

praktek bisnis yang ada baik dari sisi finansial maupun lainnya (Khuong dan Hoang Anh, 2013). Menurut Eugene et al., 2003 dalam Alafi, 2014, kepuasan pelanggan akan mengarah kepada penetrasi pasar yang lebih cepat dan menghasilkan aliran arus kas yang bergerak lebih cepat pula. Oleh karena mekanisme yang dihasilkan oleh kepuasan pelanggan akan dapat mempengaruhi nilai pemegang saham dalam berbagai macam industri

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan rumusan masalah atas penelitian ini yaitu :

1. Apakah ada hubungan antara perilaku manajer atas isu manajemen lingkungan terhadap kinerja keuangan?
2. Apakah ada hubungan antara perilaku manajer atas isu manajemen lingkungan terhadap *customer satisfaction*?
3. Apakah ada hubungan antara *customer satisfaction* terhadap kinerja keuangan?

Pengertian Teori Legitimasi

Teori Legitimasi menyatakan bahwa legitimasi merupakan status atau kondisi yang dicapai ketika sistem nilai suatu organisasi sama dengan nilai sistem dari masyarakat yang lebih besar. Deegan, 2006 menyatakan bahwa teori legitimasi adalah di mana organisasi atau perusahaan secara berkesinambungan harus memastikan apakah mereka telah beroperasi di dalam norma-norma yang dijunjung masyarakat, dan memastikan bahwa aktivitas mereka bisa diterima pihak luar sebagai sesuatu yang di anggap sah. Menurut Dowling dan Pfeffer dalam Ghazali dan Chariri (2007), legitimasi merupakan hal yang penting untuk organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma dan nilai sosial, dan reaksi atas batasan tersebut akan mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan

Dowling & Pfeffer (1975) menyarankan empat strategi legitimasi yang dapat diadopsi oleh organisasi apabila menghadapi "legitimacy gap". Legitimacy Gap ini terjadi ketika kinerja perusahaan tidak lagi sesuai dengan harapan dari publik dan stakeholder. Gap ini harus dapat diidentifikasi dan dikontrol. Menurut O'Donovan (2002) saat perbedaan ini terjadi maka hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan adalah mengevaluasi nilai sosial dan melakukan penyesuaian dengan nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat. Maka dalam upaya untuk

memulihkan dan mempertahankan legitimasinya, organisasi dapat melakukan :

1. mengubah output, metode, dan tujuan agar sesuai dengan harapan publik dan menginformasikan kepada publik terkait perubahan yang ada.
2. tidak mengubah output, metode, dan tujuan, tetapi menunjukkan kesesuaian output, metode, dan tujuan melalui pendidikan dan informasi
3. mencoba untuk mengubah persepsi publik yang relevan dengan menghubungkan diri dengan simbol-simbol yang memiliki status legitimasi yang tinggi.
4. mencoba untuk mengubah harapan masyarakat dengan menyelaraskan dengan output organisasi, metode, dan tujuan.

Pengertian Teori Stakeholder

Konsep dari Teori Stakeholder ini mulai diakui dan populer setelah terbitnya literatur yang berjudul *Strategic Management: A Stakeholder Approach* oleh Freeman (1984) meskipun istilah ini pertama kali muncul pada tahun 1963 oleh Stanford Research Institutes. Teori Stakeholder menurut Freeman dan Reed adalah sekelompok orang atau individu yang diidentifikasi dapat mempengaruhi kegiatan perusahaan dan juga dapat dipengaruhi oleh kegiatan perusahaan. Freeman, 2001 menyatakan bahwa semua stakeholder mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Clarkson (1995) membagi pemangku kepentingan / *stakeholder* menjadi dua kelompok, yaitu *primary stakeholder* dan *secondary stakeholder*.

Teori Stakeholder sering diidentifikasi sebagai suatu dasar tertentu, dari segi kekuatan dan kepentingan stakeholder terhadap isu, posisi, dan pengaruh yang dimiliki oleh mereka (Grimble & Wellard, 1996).

Clarkson (1995) membagi pemangku kepentingan / *stakeholder* menjadi dua kelompok, yaitu *primary stakeholder* dan *secondary stakeholder*.

1. *Primary stakeholder* kelompok-kelompok, yang tanpa partisipasinya

secara berkelanjutan, perusahaan tidak akan bisa bertahan. Pemegang saham dan investor, karyawan, konsumen, supplier, pemerintah dan organisasi publik lain merupakan kelompok-kelompok yang termasuk *primary stakeholder*.

Secondary stakeholder merupakan kelompok-kelompok yang mempengaruhi atau dipengaruhi oleh perusahaan, namun tidak terlibat dalam aktivitas transaksi dengan perusahaan dan tidak berpengaruh secara langsung terhadap keberlangsungan perusahaan. *Secondary Stakeholder* adalah aparat pemerintah, *special interest group*, media massa, dan masyarakat yang ada di sekitar perusahaan

Pengertian NEP : Teori Perilaku atas Lingkungan

Perilaku manajer yang dibahas adalah perilaku manajer terkait dengan isu lingkungan yang biasa disebut dengan "*belief system*". Di mana dalam penelitian ini akan dilihat bagaimana perilaku manajer terhadap isu manajemen lingkungan yang terjadi dalam lingkup bisnisnya. Apakah para manajer memberikan perilaku yang positif atau negative berdasarkan isu lingkungan yang terjadi. Alat ukur atas *environmental belief system* yang paling banyak diterapkan adalah Skala NEP (*New Ecological Paradigm*). Skala NEP pertama kali dikembangkan oleh Dunlap dan Van Liere pada tahun 1978 dan terbagi menjadi tiga dimensi, yaitu, keseimbangan alam, antroposentrisme, dan keterbatasan untuk bertumbuh. Paradigma ini digunakan untuk memprediksi *environmental attitudes* dan mengukur pergeseran sikap manusia dari pandangan dominan menjadi pandangan lingkungan. *The New Ecological Paradigm* adalah skala yang digunakan untuk menilai pandangan seseorang atas dunia ekologis. 5 dimensi yang digunakan adalah :

1. *The fragility of nature's balance*: Keyakinan bahwa aktivitas manusia berdampak pada keseimbangan alam
2. *The possibility of an ecocrisis* : keyakinan bahwa manusia merupakan penyebab utama kerusakan lingkungan secara fisik
3. *Rejection of exemptionalism* : Keyakinan bahwa manusia tidak dibebaskan dari kendala alam
4. *The reality of limits to growth*: keyakinan bahwa bumi memiliki sumber daya yang terbatas

5. *Antianthropocentrism* : keyakinan bahwa manusia memiliki hak untuk memodifikasi dan mengendalikan lingkungan

Menurut Dunlap (2000) keuntungan dari menggunakan NEP adalah bahwa skor dari NEP memberikan ukuran yang konsisten dan valid dalam mengukur paradigma lingkungan di semua kelompok yang telah disurvei.

Pengertian Kinerja Keuangan

Kinerja (*performance*) diartikan sebagai prestasi yang dicapai perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat kesehatan perusahaan tersebut (Sugiarso dan Winarni, 2005). Prawirosentono (1997) dalam Wahdikorin (2010) menyatakan bahwa kinerja merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing, dalam upaya untuk mencapai tujuan organisasi yang bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika. Menurut Leland dan Pyle, 1977 suatu organisasi dipersepsikan memiliki kesinambungan keuangan yang bagus jika memiliki tren penjualan yang meningkat. Dengan semakin meningkatnya jumlah penjualan, maka kesinambungan keuangan suatu organisasi juga semakin bagus.

Menurut Lopez, Peon, dan Ordas (2005), Kinerja Keuangan perusahaan perusahaan dapat di nilai menggunakan beberapa indikator berikut ini :

1. Tingkat Kepuasan terkait Profitabilitas Finansial (*Financial Profitability*)
suatu ukuran dalam persentase yang digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima
2. Tingkat Kepuasan Terkait Pertumbuhan Penjualan (*growth in sales*)
Pertumbuhan penjualan mencerminkan manifestasi keberhasilan investasi periode masa lalu dan dapat dijadikan sebagai prediksi pertumbuhan masa yang akan datang.
3. Tingkat Kepuasan Terkait Pertumbuhan Keuntungan (*Growth in profit*)

Pertumbuhan keuntungan merupakan kombinasi dari profitabilitas dan pertumbuhan, lebih tepatnya kombinasi dari Profitabilitas Ekonomi dan Pertumbuhan dari *Free Cash Flow* perusahaan.

4. Tingkat Kepuasan Terkait Margin Penjualan (*Sales Margins*)

Margin penjualan menggambarkan presentase dari total pendapatan penjualan perusahaan setelah dikurangi oleh biaya langsung yang terkait dengan produksi barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan.

Pengertian Customer Satisfaction

Kotler (2000) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang ataupun kecewa yang dirasakan oleh pelanggan sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja sebuah produk dengan harapan atau ekspektasi pelanggan. Dengan demikian dapat diartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan persamaan antara ekspektasi konsumen dengan hasil produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan dari konsumen. *Customer Satisfaction* atau kepuasan pelanggan merupakan keseluruhan hasil perilaku pelanggan yang meliputi *Customer Loyalty* dan *Customer Commitment* (Donio, Massari, & Passinate, 2006), *Customer Retentions* (Elgaraihy, 2013), dan *Positive Transfused Speech* (Cronin, Brady, & Hult, 2000; Brady & Robertson, 2001)

Akbari, Rostami, dan Veismoradi (2013) mendefinisikan *customer satisfaction* sebagai reaksi emosional pelanggan yang timbul atas interaksi yang terjadi dengan organisasi penyedia layanan atau produk yang digunakan oleh pelanggan. Akbari et al (2013) juga membagi *customer satisfaction* menjadi 7 indikator pengukuran yang didasarkan dalam perspektif manajer perusahaan yaitu,

1. Organisasi kami terkenal dan terpercaya dalam menyediakan layanan yang tepat dan melakukan tugasnya dengan baik. (*Our organization is famous to provide proper services and doing its duty well*)
2. Organisasi kami selalu berusaha untuk mempresentasikan layanan-layanan baru untuk pelanggan. (*Our organization is always trying to presentation new services to customer*)

3. Kami tahu kebutuhan pelanggan kami. (*We know our customers' needs*)

4. Kami menanggapi kebutuhan pelanggan lebih baik daripada organisasi lain (*We respond to customers' needs better than other organizations.*)

5. Pelanggan kami merasa puas terhadap layanan kami. (*Our customers feeling satisfaction to receipt our services*)

6. Kepuasan pelanggan kami berasal dari sikap para penjual atau personil perusahaan. (*Our customers are satisfying of personnel manner*)

7. Relasi dan komunikasi kami dengan pelanggan bersifat jangka panjang (*Our relation and communication with customers is long time*)

Pengaruh Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan

Menurut Fryxel, 2003 yang meneliti mengenai hubungan antara perilaku 305 manajer di Guangzhou dan Beijing, China atas isu lingkungan yang ada dan seberapa besar masalah lingkungan ini dapat mempengaruhi perbedaan perilaku dan tindakan yang diambil dalam organisasi. Nakao et al. (2007) membuktikan secara positif bahwa terdapat hubungan antara manajemen lingkungan perusahaan terhadap kinerja keuangan dari perusahaan begitu juga sebaliknya. Klassen dan McLaughlin (1996) mengungkapkan bahwa peningkatan kinerja atas lingkungan hidup atau kegiatan manajemen lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui *cost efficiency* dan kinerja penjualan perusahaan. Mountabon, Sroufe, dan Narasimhan (2007) dalam penelitiannya meneliti mengenai hubungan antara praktek pengelolaan lingkungan terhadap kinerja perusahaan. Mereka menemukan hasil yang positif dan signifikan atas praktek pengelolaan lingkungan terhadap kinerja perusahaan. Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti lebih lanjut atas perilaku manajer karena seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Rauwald dan Moore (2002) pada Republik Dominika dan Amerika Serikat ditemukan bahwa ada perbedaan perilaku manajer yang signifikan atas isu lingkungan yang terjadi dalam organisasinya.

H1 : *terdapat hubungan antara perilaku manajer atas isu manajemen lingkungan dengan kinerja keuangan*

Pengaruh Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan terhadap Customer Satisfaction

Park (2009) dalam penelitiannya membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara perilaku manajer puncak perusahaan terhadap praktik lingkungan yang dilakukannya serta persepsi mereka terhadap keuntungan yang akan diperoleh dari hasil pengelolaan lingkungan. Menurut Fornell et al 2006 dan Gruca 2005 dalam Bhattacharya kepuasan pelanggan telah diakui sebagai bagian penting atas strategi perusahaan dan menjadi pendorong utama profitabilitas jangka panjang perusahaan. Luo dan Bhattacharya (2006) dalam Alafi (2012) mengemukakan alasan mengapa inisiatif mengenai isu lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan dapat menyebabkan peningkatan atas kepuasan pelanggan, salah satunya adalah apabila perusahaan menerbitkan laporan atas manajemen lingkungan yang baik hal ini akan mempengaruhi perusahaan dalam membangun persepsi yang diberikan pelanggan serta sikap pelanggan pada perusahaan, pelanggan cenderung lebih puas terhadap produk atau layanan dari perusahaan yang diketahui memiliki tanggung jawab secara sosial yang tinggi atas lingkungan sekitarnya

Luo dan Bhattacharya juga mengungkapkan bahwa berdasarkan penelitian yang ada menurut Brown dan Dacin (1997); Giirhan dan Bantra(2004); Sen dan Bhattacharya (2001) perilaku atas lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan akan menciptakan konteks positif yang menguntungkan dengan meningkatnya evaluasi serta sikap konsumen terhadap perusahaan.

H2 : *terdapat hubungan antara perilaku manajer atas isu manajemen lingkungan dengan kepuasan pelanggan*

Pengaruh Customer Satisfaction terhadap Kinerja Keuangan

Hallowell (1996) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan akan berpengaruh kepada loyalitas pelanggan yang nantinya akan berpengaruh besar kepada profitabilitas perusahaan. Chi dan Gursoy (2009) menyatakan bahwa

pelanggan yang puas seiring berjalannya waktu akan bersikap loyal terhadap perusahaan dan hal ini menjadi salah satu faktor pendukung meningkatnya penjualan dan keuntungan finansial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anderson, Claes, dan Rust (1997) mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan membawa dampak pada meningkatnya *Return on Investment* (ROI). Srivastara et al (1998) dalam Williams (2011) juga mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi akan mengarah kepada kecepatan cash flow perusahaan, peningkatan volume arus kas, dan pengurangan resiko yang terkait dengan arus kas perusahaan.

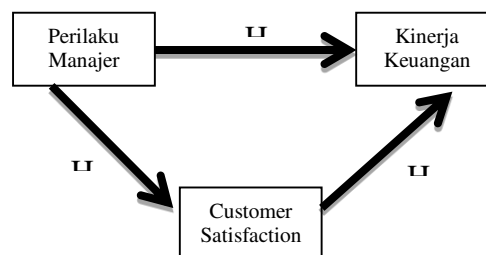
Meskipun banyak tindakan perusahaan yang masih di luar lingkup untuk mencapai kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan masih cenderung memainkan peran penting dalam keberhasilan keuangan perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan hipotesis hubungan positif yang signifikan antara kepuasan pelanggan terhadap kinerja keuangan

H3 : *Terdapat hubungan yang positif antara kepuasan pelanggan dengan kinerja keuangan perusahaan*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menguji hubungan antara Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan terhadap kinerja keuangan dengan Customer Satisfaction sebagai intervening variabel.

Gambar 1. Model Analisis Hipotesis



Skala pengukuran yang digunakan adalah skala pengukuran interval menggunakan skala likert dan skala ratio. Dalam penelitian ini, digunakan 5 skala likert yaitu 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju). Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Sumber data berasal dari data primer. Yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner

kepada manajer perusahaan manufaktur dan non-manufaktur.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur dan non-manufaktur di Surabaya dan luar Surabaya. Penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan menggunakan teknik sampling purposive sampling. Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah manajer perusahaan.

Kuisisioner yang dilampirkan terdiri dari tiga bagian:

a. Variabel Bebas: *The New Ecological Paradigm* yang dikembangkan oleh Dunlap Van Liere et al. (2000).

b. Variabel Intervening: *Customer Satisfaction*

c. Variabel Terikat: Kinerja Keuangan yang diadopsi dari Lopez et al. (2005)

Dalam penelitian kuantitatif, pemilihan teknik analisis statistika merupakan bagian yang penting dalam menguji hipotesis. Penelitian ini menggunakan PLS (Partial Least Square) yang merupakan bagian, sekaligus alternatif dari SEM.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Melalui penyebaran kuisisioner yang sudah dilakukan, peneliti memperoleh data atas Perilaku Manajer (NEP), Kinerja Keuangan, dan Customer Satisfaction pada perusahaan manufaktur dan non-manufaktur di Surabaya dan luar Surabaya. Kuisisioner yang berhasil dikumpulkan terdiri 40 responden manajer perusahaan.

Tabel 1. Profil Responden Berdasarkan Jenis

Umur	Prosentase
$22 \leq x < 27$ tahun	25%
$27 \leq x < 32$ tahun	20%
$32 \leq x < 37$ tahun	28%
≥ 37 tahun	28%
TOTAL	100%

Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase
Laki-laki	15	37,5%
Perempuan	25	62,5%
Total	40	100%

Tabel 2. Profil Responden Berdasarkan Umur

Data yang terkumpul kemudian ditabulasikan dan dicari nilai rata-ratanya. Untuk memperoleh rata-rata, sebelumnya peneliti menentukan interval kelas yang dicari dengan rumus dan ditemukan hasil sebesar 0,8. Berdasarkan interval kelas diatas maka disusunlah kriteria rata-rata jawaban responden dikategorikan dari Sangat Setuju (5) sampai Sangat Tidak Setuju (1) dengan interval nilai 0.8.

Deskripsi Jawaban Responden

a. Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan (NEP)

Dari penelitan responden terhadap variabel NEP tampak bahwa rata-rata jawaban responden dinilai cukup baik. Rata-rata paling tinggi ditunjukkan oleh dimensi NEP6 dengan 3,925 dan terendah adalah NEP17 dengan nilai 3,4.

b. Kinerja Keuangan

Berdasarkan jawaban dari responden untuk variabel kinerja keuangan masuk dalam kategori setuju/mampu dengan nilai rata-rata terendah adalah sebesar 3.775 yaitu dimensi *Profit Growth* dan rata-rata tertinggi sebesar 3.925 yaitu dimensi *Sales Margin*

c. *Customer Satisfaction*

Customer Satisfaction terdiri dari 6 dimensi dengan nilai rata-rata tertinggi pada dimensi CS4 mengenai bagaimana perusahaan menanggapi kebutuhan pelanggan dibandingkan pesaingnya dan rata-rata terendah sebesar 3,4

Uji Validitas dan Realibilitas

Evaluasi pertama dengan menggunakan *outer model* yaitu *convergent validity* dengan melihat nilai *outer loading*. Dari hasil perhitungan *outer loading* pada penelitian ini semua variabel yang digunakan memiliki nilai *outer loading* di atas >0,5 sehingga setiap indikator dinyatakan valid dan signifikan secara praktikal.

Evaluasi kedua dengan menggunakan *Discriminant Validity* yang diukur dengan menggunakan *cross loading*. Hasil dari perhitungan *cross loading* membuktikan bahwa semua indikator yang menyusun masing-masing NEP, *Customer Satisfaction*, dan *Kinerja Keuangan* telah memenuhi *discriminant validity* karena memiliki nilai

cross loading terbesar untuk variabel yang dibentuknya dan tidak pada variabel yang lain.

Tabel 3 Nilai Composite Reliability

	Composite Reliability
Customer Satisfaction	0.914
Kinerja Keuangan	0.933
NEP	0.955

Tabel 4 Nilai Cronbach's Alpha

	Cronbachs Alpha
Customer Satisfaction	0.887
Kinerja Keuangan	0.904
NEP	0.950

Dari table 3 tersebut nilai composite reliability tersebut di atas 0.7. Selain itu, tabel 4 Cronbach's alpha, telah memenuhi rule of thumb, yaitu di atas 0.6. Hasil ini menunjukkan bahwa model dalam penelitian ini telah reliable.

Tabel 5 Hasil R Square

	R Square
Customer Satisfaction	0.378
Kinerja Keuangan	0.604

Total nilai R^2 di atas dapat digunakan untuk menghitung secara manual goodness of fit (GOF). Dari nilai R^2 di atas, maka nilai $Q^2 = 1 - (1 - 0,378) \times (1 - 0,604) = 0,753688$ artinya besarnya keragaman dari data penelitian yang dapat dijelaskan oleh model struktural yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebesar 75.36%.

Tabel 6 Hasil Inner Weight

	Original Sample (O)	Standard Error (STERR)	T Statistics (O/STERR)
Customer Satisfaction -> Kinerja Keuangan	0.306	0.140	2.189
NEP -> Customer Satisfaction	0.614	0.067	9.191
NEP -> Kinerja Keuangan	0.550	0.131	4.203

Nilai koefisien path pengaruh dari variabel *Customer Satisfaction* terhadap Kinerja Keuangan sebesar 0.306 dengan t hitung 2.189 yang lebih besar dari nilai t table 1.96, angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat

pengaruh positif yang signifikan antara *Customer Satisfaction* terhadap Kinerja Keuangan. Nilai koefisien path pengaruh dari variabel *NEP (Manager Attitude)* terhadap Kinerja Keuangan sebesar 0.614 dengan t hitung 9.191 yang lebih besar dari nilai t table 1.96, angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *NEP (Manager Attitude)* terhadap Kinerja Keuangan sebesar 0.550 dengan t hitung 4.203 yang lebih besar dari nilai t table 1.96, angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan antara *NEP (Manager Attitude)* terhadap Kinerja Keuangan.

Tabel 7 Direct & Indirect Effect

Pengaruh	Direct effect	Indirect effect
Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan (NEP) -> Kinerja Keuangan	0.550	-
Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan (NEP) -> Customer Satisfaction	0.614	-
Customer Satisfaction -> Kinerja Keuangan	0.306	-
Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan (NEP) terhadap Kinerja Keuangan melalui Customer Satisfaction	-	$0.614 \times 0.306 = 0.188$

Pembuktian *Direct* dan *Indirect Effect* pada tabel di atas menunjukkan bahwa Customer Satisfaction kurang efektif untuk menjadi variable intervening pada hubungan antara Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan. Hal ini dikarenakan bahwa Customer Satisfaction di sini menurut sudut pandang dari manajer sehingga menjadi kurang akurat untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya daripada pelanggan perusahaan itu sendiri.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan dan pengujian hipotesis pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Perilaku Manajer (NEP) terhadap Kinerja Keuangan. Dengan melakukan aktifitas manajemen lingkungan, maka akan meningkatkan Kinerja

Keuangan. Dengan demikian hipotesis pertama diterima

2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Perilaku Manajer (NEP) terhadap *Customer Satisfaction*. Dengan melakukan aktifitas manajemen lingkungan, maka akan meningkatkan *Customer Satisfaction*. Dengan demikian hipotesis kedua diterima

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *Customer Satisfaction* terhadap Kinerja Keuangan. Dengan memperhatikan aspek kepuasan pelanggan dapat meningkatkan kinerja keuangan suatu perusahaan. Dengan demikian hipotesis kedua diterima

Saran

Bagi penelitian selanjutnya sebaiknya diperhatikan kembali indikator-indikator yang memiliki nilai *mean* lebih rendah dibandingkan lainnya. Peneliti bisa memfokuskan kepada indikator yang memiliki nilai *mean* paling rendah. Selain itu bisa menambahkan jumlah sample dan responden sehingga hasil yang terbukti dapat lebih signifikan. Peneliti selanjutnya bisa mempertimbangkan untuk memperluas populasi pada perusahaan yang terbuka sehingga hasilnya bisa lebih signifikan di mana perusahaan terbuka tentunya memiliki sistem yang lebih transparan apabila berbicara mengenai lingkungan.

Peneliti selanjutnya juga bisa menambah variabel lain atau variabel *intervening* yang dapat semakin memperkuat hubungan antara Perilaku Manajer yang dinilai menggunakan indikator NEP terhadap Kinerja Keuangan.

Pada Variabel Perilaku Manajer atas Isu Manajemen Lingkungan dengan 18 indikator yang ada telah ditunjukkan bahwa indikator yang mempunyai nilai *mean* terendah adalah indikator NEP 17 yaitu "Jika perlu, khususnya bagi perusahaan publik, laporan pertanggungjawaban lingkungan seharusnya juga harus di audit oleh pihak eksternal". Oleh karena itu saran bagi pemerintah untuk memperketat peraturan mengenai perlunya audit atas laporan pertanggungjawaban perusahaan dalam rangka untuk mulai menumbuhkan kesadaran perusahaan atas lingkungan sekitarnya. Selain itu untuk perusahaan juga mulai untuk meningkatkan kesadaran serta inisiatifnya untuk mengaudit laporan pertanggung jawabannya kepada auditor eksternal.

Sedangkan pada variabel Kinerja Keuangan dapat dilihat bahwa nilai *mean* terendah ditunjukkan sebesar 3,775 pada indikator *Profit Growth* yang berarti bahwa perusahaan perlu untuk melakukan evaluasi atas kinerja keuangannya demi meningkatkan profit dari perusahaan karena mayoritas responden menjawab netral atas pertanyaan ini.

Saran kepada perusahaan juga mulai untuk memperhatikan bagaimana pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan karena berdasarkan perhitungan kuisioner nilai *mean* dari indikator CS5 yaitu mengenai Kepuasan pelanggan terhadap layanan perusahaan cenderung rendah.

Daftar Referensi

- Akbari, P., Rostami, R., & Velsmoradi, A. (2013). The Analysis Impact Of Human Resource Management And Intellectual Capital On Organizational Performance In Physical Education Organization Of Iran (Case Study: Physical Education General Department Of Kermanshah). *International Journal of Sport Studies*. Vol., 3 (3), 263-273.
- Alafi, D., & Al sufy, F. J. (August 2012). Corporate Social Responsibility Associated With Customer Satisfaction and Financial Performance a Case Study with Housing Banks in Jordan. *International Journal of Humanities and Social Science*, Vol 2, No. 15.
- Anderson, E., Fornell, C., & Rust, R. (1997). Customer Satisfaction, Productivity, and Profitability : Differences Between Goods and Services. *Marketing Science*, Vol.16, pp. 129-145.
- Arasli, H., Smadi, S. M., Katircioglu, S. T. 2005, Customer Service Quality in the Greek Cypriot Banking Industry. *Journal of managing services quality*. Vol. 15, pp. 41-56
- Bhattacharyya, A. (June 2011). Attitudes towards environmental accountability in an emerging economy setting - evidence from India. *Journal of the Asia-Pacific Centre for Environmental Accountability* Vol. 17, No. 2.
- Bhattacharyya, A. (2014). Managerial attitude and support for social responsibility through the lens of legitimacy theory – a cross country comparison. *Social*

- Responsibility Journal*, Vol. 10 Iss 4, pp. 716 - 736.
- Boiral, O., Talbot, D., & Paillé, P. (2013). Leading by example: A model of organizational citizenship behavior for the environment. *Business Strategy and the Environment*
- Brady, M. K. and Robertson, C. J. 2001. "Searching for a consensus on the antecedent role of service quality and satisfaction: exploratory crossnational study" New York: Mc Graw Hill
- Brown, T., & Dacin, P. (1997). The Company and the Product: Corporate Associations and Consumer Product Responses. *Journal of Marketing* Vol. 61, No. 1, 68-84.
- Chi, C., & Gursoy, D. (2009). Employee satisfaction, customer satisfaction, and financial performance: An empirical examination. *International Journal of Hospitality Management* 28, 245–253.
- Chris K.Y.Lo, A. C. (2012). The impact of environmental management systems on financial performance in fashion and textiles industries. *Int. J. Production Economics* 135, 561–567.
- Clarkson, M. (1995). a stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, Vol.20 No.1 92-117.
- Cummings, L. S. (2008). Managerial Attitudes Toward Environmental Management within Australia, the People's Republic of China and Indonesia. *Business Strategy and the Environment*, 16–29.
- Deegan, C. (2004). Financial Accounting Theory. *The McGraw-Hill Companies, Inc.*
- Dowling, J., & Pfeffer, J. (1975). Organizational Legitimacy : Social Values and Organizational Behaviour. *The Pacific Sociological Review*, 122-136.
- Dunlap, R. E. (FALL 2008, VOL. 40, NO. 1). The New Environmental Paradigm Scale: From Marginality to Worldwide Use.
- Dunlap, R. E., & Liere, K. D. (2000). Measuring Endorsement of The New Ecological Paradigm : A Revised NEP Scale. *Journal of Social Issues*, Vol.56, No. 3, 425-442.
- Earnhart, D., & Lizal, L. (2010). The Effect of Corporate Environmental Performance on Financial Outcomes – Profits, Revenues, and Costs: Evidence from the Czech Transition Economy. *Academy of Sciences of the Czech Republic, and Centre for Economic Policy Research*.
- El-Garaihy, W., Mobarak, A.-K., & Albahussain, S. (2014). Measuring the Impact of Corporate Social Responsibility Practices on Competitive Advantage: A Mediation Role of Reputation and Customer Satisfaction. *International Journal of Business and Management*, Vol. 9, No.5.
- Elkington, J. (n.d.). Triple Bottl. *Enter the Triple Bottom Line*.
- Filbeck, G., & Gorman, R. (2004). The Relationship between the Environmental Financial Performance of Public Utilities. *Environmental and Resource Economics* 29, 137–157.
- Freeman, R. (1984). Strategic Management : A stakeholder approach. *Boston*.
- Fryxell, G. E., & Lo, C. (2003). The Influence Of Environmental Knowledge And Values On Managerial Behavior In China: A Comparison Of Managers In Guangzhou And Beijing. *Journal Of Business Ethics* 46, 45 - 69.
- Fülöp, G., & Hernádi, B. H. (Feb. 2014). Sustainability Accounting: a Success Factor in Corporate Sustainability Strategy. *International Journal of Economics and Management Engineering (IJEME)* Vol. 4 Iss. 1, PP. 1-21.
- Ghozali, I. d. ((2007)). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hallowell, R. (1996). The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7 Iss 4 pp. 27 - 42.
- Hart, S., & Ahuja, G. (1996). Does it pay to be green? An Empirical Examination of The Relationship Between Emission Reduction and Firm Performance. *Business Strategy and the Environment* Vol. 5, 30-37.
- Hatane, S. E. (2014). The Role Of Employee Satisfaction And Quality Management In Strengthen The Influence Of Learning Organization On Firm's Financial Performance. *4th*

- International Conference On Management.*
- Jogiyanto, & Abdilah. (2009). *Konsep Dan Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Klassen, R., & McLaughlin, C. (1996). The Impact of Environmental Management on Firm Performance. *Management Science*, Vol. 42, No. 8, 1199-1214.
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). Corporate Social Responsibility : Doing the Most Good for Your Company and Your Cause.
- Leland, H., & Pyle, D. (1977). Informational Asymmetries, Financial Structure, and Financial Intermediation. *The Journal of Finance*, Vol. 32, No. 2, *Papers and Proceedings of the Thirty-Fifth Annual Meeting of the American Finance Association, Atlantic City, New Jersey*, 371-387.
- Lopez, S., Peon, J. M., & Ordas, C. V. (2005). Organizational learning as a determining factor in business performance. *The Learning Organization*, 12:227-245.
- Luo, X., & Bhattacharya, C. (October 2006). Corporate Social Responsibility, Customer Satisfaction, and Market Value. *Journal of Marketing*, Vol. 70, 1-18.
- Mai Ngoc Khuong and Hoang Thi Hoang Anh, " Direct and Indirect Effects of Customer Satisfaction through Product and Service Quality—A Study of Phu Nhuan Jewelry Stores in Ho Chi Minh City, Vietnam," *Journal of Economics, Business and Management* vol. 1, no. 3, pp. 285-290, 2013.
- Mainardes, E. W., Alves, H., & Raposo, M. (2011). Stakeholder theory: issues to resolve. *Management Decision* Vol. 49 No. 2, pp. 226-252.
- McGuire, J., Sundgren, A., & Schneeweis, T. ((Dec, 1988),). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *The Academy of Management Journal*, Vol. 31, No. 4, pp.854-872.
- Montabon, F., Sroufe, R., & Narasimhan, R. (2007). An examination of corporate reporting, environmental management practices and firm performance. *Journal of Operations Management* 25, 998-1014.
- Nakao, Y., Amano , A., Matsumura , K., Genba, K., & Nakano, M. (2007). Relationship Between Environmental Performance and Financial Performance: an Empirical Analysis of Japanese Corporations. *Bus. Strat. Env.* 16, 106-118.
- Nurniah, D. I. Burhany. 2013. Akuntansi Manajemen Lingkungan, Alat Bantu Untuk Meningkatkan Kinerja Lingkungan Dalam Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*. Vol.17, No. 3 : 279-298.
- O'Donovan (2000). Environmental Disclosure in the Annual Reports: Extending the Applicability and Predictive Power of Legitimacy Theory. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, No.3, p. 344-371
- Park, J. D., & kim, H. J. (2014). The Impact of Top Management's Environmental Attitudes on Hotel Companie's Environmental Managemnt . *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol. 38, No. 1, , 95-115 .
- Pfeffer, J. D. (1975). Organizational legitimacy; social values and organizational behaviour. *Pacific Sociological Revie*, Vol. 18 No. 1, pp. 122-136.
- Porter, & Kramer. (2006). Strategy and Society : The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility.
- Pyle, H. E. (1976 (May, 1977)). Informational Asymmetries, Financial Structure, and Financial Intermediation. *The Journal of Finance*, Vol. 32, No. 2, *Papers and Proceedings of the Thirty-Fifth Annual Meeting of the American Finance Association, Atlantic City, New Jersey, September 16-18*, pp. 371-387.
- Rauwald, K. S., & Moore, C. F. (2002). Environmental Attitudes as Predictors of Policy Support across three countries. *Environment and Behavior*, 34, 709-739.
- Sahaya, N. (2012). A Learning Organization as a Mediator of Leadership Style and Firms' Financial Performance . *International Journal of Business and Manegement*; Vol. 7, No. 14.
- Sawir, A. (2005). Analisis Kinerja Keuangan dan Perencanaan Keuangan Perusahaan.
- Sookram, R. (Summer/Fall 2013). Environmental Attitudes and

- Environmental Stewardship:
Implications for Sustainability. *The
Journal of Values-Based Leadership*
Volume 6 Issue 2 .
- Spence, M. (Aug., 1973). Job Market Signaling.
The Quarterly Journal of Economics,
Vol. 87, No. 3, pp. 355-374.
- Supriyono. (2008). Efek Satisfaction Pada
Loyalty Pendengar Radio Suara
Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi dan
Bisnis*, Vol.8 No.1.
- Tara J. Radin (2007), Stakeholders and
Sustainability: An Argument for
Responsible Corporate Discision-
Making, 31 Wm. & Mary Env'tl. L. &
Pol'y Rev. 363 (2007)
- Tarigan, J., & Samuel, H. (2014).
Pengungkapan Sustainability Report
dan Kinerja Keuangan. *Jurnal
Akuntansi dan Keuangan*, Vol. 16, No.
2