

PENGOPTIMALAN *GREEN ENGAGEMENT* MELALUI *FINANCIAL REWARD* DAN SISTEM PENGHARGAAN HIJAU DALAM PRAKTIK STRATEGI KEBERLANJUTAN

Ayuhelfia Maylinda¹; Rolyana Ferinia^{2*}, Judith Tagal Gallena Sinaga³

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Advent Indonesia
Bandung, Indonesia^{1,3}

Program Studi Digital Bisnis, Fakultas Ekonomi Universitas Advent Indonesia³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa dampak Financial Reward, Sistem penghargaan Hijau (Green Reward) dan Strategi Keberlanjutan (Sustainability Strategy) terhadap Green Engagement. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Data dikumpulkan dengan metode daftar pertanyaan atau kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknis analisa adalah menggunakan regresi linier dengan uji t uji F, Uji Koefisien Determinasi serta linier berganda yang digunakan untuk menguji hipotesis yang menggunakan SPSS. Hasil penelitian didapat bahwa Green Engagement dapat dipengaruhi secara positif dari variabel Green Reward dan Sustainability Strategy sedangkan Financial Reward tidak ada pengaruh. Lebih lanjut hasil penelitian didapat ada pengaruh simultan variabel Financial Reward dan Green Reward terhadap Green Engagement, ada pengaruh secara simultan Green Reward dan Sustainability Strategy terhadap Green Engagement serta ada pengaruh secara simultan Financial Reward dan Sustainability Strategy terhadap Green Engagement.

Kata Kunci: *Green Engagement, Financial Reward, Green Reward & Sustainability Strategies*

PENDAHULUAN

Green sustainability dalam konteks perusahaan mempunyai arti penting, baik bagi perusahaan maupun masyarakat secara keseluruhan (Ukko et al., 2022). *Green sustainability* dapat dibangun melalui reputasi perusahaan yang target audiensnya adalah konsumen, investor, dan masyarakat luas dipertahankan melalui keterlibatan yang konsisten (Setiaji, 2014). menjaga akses yang aman terhadap pembiayaan, harapan dan standar yang lebih tinggi yang ditetapkan oleh pemangku kepentingan (misalnya pemodal, pemerintah, masyarakat), dorongan yang lebih besar untuk transparansi dan tata kelola dari para pemangku kepentingan serta menanggapi atas isu-isu perubahan global saat ini (lingkungan, transisi energi). Lebih Jauh Aldi Alizar (2023) mengatakan perubahan global tidak dapat dibendung oleh karena itu diperlukan upaya besar menuju

sustainability dalam konstruksi *green engagement*.

Di tingkat global isu terkait keterlibatan keberlanjutan sangatlah krusial terhadap perubahan iklim (Nicolosi & Corbett, 2018) dan lingkungan (Ma'arif et al., 2023). Dampak yang sangat parah diperlukan cara-cara masif dan radikal untuk dilakukan oleh sebagian besar negara maju sebagai tindak lanjut untuk meminimalisasi penggunaan karbon. Oleh karena itu untuk mendukung upaya masif dan radikal ini diperlukan transformasi dalam bidang sosial, ekonomi dan ekologi.

Bagi organisasi untuk melakukan keberlanjutan tujuan organisasi diperlukan upaya dari individu yang ada didalam organisasi. Pada kenyataannya banyak karyawan yang belum memahami pentingnya praktik keberlanjutan dikarenakan kurangnya pengetahuan dan tidak adanya dukungan serta komitmen manajemen untuk praktik

keberlanjutan. Hal inilah yang menyebabkan organisasi kesulitan dalam mempraktikkan praktik keberlanjutan, terlebih lagi keberlanjutan atas tujuan organisasi dalam kontruksi *green engagement*.

Menyadari tantangan tersebut, salah satu pendekatan kepada karyawan adalah upaya menerapkan *financial reward system* untuk melihat sejauh mana insentif yang diberikan membuat mereka menjadi perhatian terhadap lingkungan yang jika dihubungkan dapat membantu mengurangi biaya operasional yang terkait dengan limbah dihasilkan dari suatu organisasi dan penalti pelanggaran lingkungan.

Upaya lain adalah berupa pemberian *Green Reward System* yaitu insentif berbasis penilaian terkait lingkungan dari berbagai organisasi. Hal ini sejalan dengan pernyataan bahwa *Financial Reward and Green Reward* yaitu pemberian kompensasi baik secara finansial maupun nonfinansial agar karyawan konsisten dalam memberikan kontribusi terhadap pengelolaan lingkungan (Purnama & Nawangsari, 2019). Dengan demikian pemberian insentif kepada karyawan dapat yang ikut serta berpartisipasi dalam praktik berkelanjutan.

Terakhir, tetapi tidak kalah penting bahwa strategi keberlanjutan atau *sustainability strategy* dalam kontruksi *green engagement* sekarang ini menjadi sebuah kebutuhan sebab tidak bisa dilakukan karyawan sendiri tetapi semua stakeholder seperti pihak Perusahaan dan regulator, maka upaya bersama menjadi sebuah kebutuhan dan tuntutan agar perusahaan lebih kompetitif dalam pasar global.

Berdasarkan penjelasan diatas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Bagaimana dampak pemberian insentif *Financial Reward* dan *Green Reward* terhadap strategi keberlanjutan dimediasi dengan *Green engagement*? (2) Mengidentifikasi isu-isu strategi

keberlanjutan dan *green engagement* (3) Solusi apa yang dapat dibuat untuk mengatasi masalah keberlanjutan dan *Green Engagement*. Tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis dampak pemberian insentif baik finansial dan non finansial terhadap strategi keberlanjutan pada organisasi perusahaan.

Green Engagement

Partisipasi semua pihak termasuk karyawan dalam merespon perubahan sangat diperlukan khususnya yang menyangkut *sustainability*. Pada titik inilah, *green engagement* menjadi sebuah kebutuhan. *Green engagement* atau keterlibatan hijau itu sendiri adalah suatu konsep bentuk partisipasi publik yang menekankan perhatian pada Pengelolaan lingkungan. Menurut Aboramadan (2020) *Green engagement* diartikan sebagai energi yang diberikan karyawan dalam tugas-tugasnya yang berhubungan dengan pekerjaan mengelola lingkungan, kemauan untuk mengerahkan upaya di tingkat pengelolaan lingkungan, dan tingkat penyerapan pekerjaan yang berkaitan dengan lingkungan.

Secara umum konsep *green engagement* yang dikonstruksikan dalam *sustainability* adalah upaya untuk pelibatan/partisipasi stakeholder (manajemen dan karyawan) untuk mengelola lingkungan, perbaikan lingkungan, mendorong transportasi ramah lingkungan, bantuan lingkungan dan mendorong pelaporan praktik-praktik yang tidak ramah lingkungan.

Individu, dunia usaha, dan komunitas dapat berpartisipasi aktif dalam praktik ramah lingkungan dan berkelanjutan melalui dimensi *Green Engagement*. Dimensi ini mencakup: melibatkan karyawan dalam praktik pengelolaan lingkungan, meningkatkan dukungan manajerial dan pengawasan, mendorong saran & perbaikan lingkungan, mendorong keterlibatan dan

partisipasi penghijauan & CSR, mendorong transportasi ramah lingkungan, memperkenalkan saluran bantuan lingkungan, mendorong pelaporan praktik-praktik non-hijau dan mendorong *car sharing/pooling* (Asian Institute of Finance, 2017)

Financial Reward

Sumber daya manusia mempunyai peranan penting dalam kinerja perusahaan dan oleh karenanya perlu diapresiasi dengan penghargaan atau reward. Salah satu yang disediakan oleh perusahaan adalah *Financial Reward*. *Financial Reward* dapat diartikan sebagai bentuk imbalan atau penghargaan berupa nilai finansial yang diberikan kepada seseorang atau suatu entitas sebagai pengakuan atas pencapaian, kontribusi, atau perilaku positif.

Reward ini bisa berupa bonus, gaji tambahan, saham, atau bentuk imbalan finansial lainnya yang diberikan sebagai insentif untuk memotivasi individu atau kelompok dalam mencapai tujuan tertentu atau menjalankan tugas dengan baik. Lebih lanjut dikatakan bahwa rewards atau tunjangan yang diberikan kepada pegawai dalam bentuk uang atau finansial seperti gaji, bonus dan tunjangan (Karami, et al., 2013).

Dimensi untuk pengukur reward financial adalah, kualitas kerja (quality of work), imbalan nyata (tangible rewards), pertumbuhan di masa depan (future growths), lingkungan yang memungkinkan (enabling environment), inspirasi (inspiration), dan keseimbangan kehidupan kerja (work life balance).

Green Reward

Reward lain yang disediakan perusahaan adalah *Green Reward*. Reward kekinian ini dikenal dengan sebutan *Green Human Resources Management (GHRM)* dapat diartikan sebagai pendekatan dalam

manajemen sumber daya manusia yang fokus pada praktik-praktik yang berkelanjutan, ramah lingkungan, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Di tengah isu dampak lingkungan saat ini yang meningkat *GHRM* berperan sebagai katalisator bagi karyawan bagaimana untuk mengelola lingkungan yang mencakup identifikasi kegiatan, upaya mereka meminimalisasi dampak kegiatan dan bagaimana mereka dapat membantu lingkungan (Ali *et al.*, 2020). Pada Praktiknya *GHRM* ini di Perusahaan dapat berupa partisipasi dalam training, hiring proses dan kinerja.

GHRM juga memiliki peran dalam menciptakan strategi bisnis yang berkelanjutan dimana sumber daya manusia yang ramah terhadap lingkungan mempengaruhi keberhasilan dalam memperoleh keuntungan finansial dan pasar (Shaban, 2019).

Sistem penghargaan berkelanjutan dapat diukur dengan indikator sebagai berikut: menyesuaikan imbalan untuk perolehan keterampilan lingkungan, menghargai saran lingkungan, memperkenalkan imbalan berbasis uang dalam pengelolaan lingkungan, memperkenalkan imbalan berbasis non-moneter dalam pengelolaan lingkungan, memperkenalkan penghargaan berbasis pengakuan dalam pengelolaan lingkungan, menghubungkan partisipasi lingkungan dengan promosi dan memperkenalkan insentif finansial/pajak terkait lingkungan hidup.

Sustainability Strategy

Pembangunan berkelanjutan menitik beratkan bagaimana menopang bisnis tetap berlanjut dan menetralkan dampak dari kegiatan bisnis. Dengan demikian diperlukan strategi untuk menjalankan program

berkelanjutan ini. *Sustainability Strategies*, atau Strategi Keberlanjutan, merujuk pada rencana dan tindakan yang diambil oleh organisasi untuk menjaga dan memperhatikan aspek-aspek keberlanjutan, termasuk sosial, ekonomi, dan lingkungan. Tujuan utamanya adalah mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, tanggung jawab sosial, dan pelestarian lingkungan dalam jangka Panjang.

Bombiak et al. (2018) menjelaskan bahwa perusahaan mengawasi semua kegiatannya dengan perencanaan yang komprehensif dengan visi keberlanjutan yang tegas melibatkan semua pemangku kepentingan di dalam maupun di luar Perusahaan. Lebih Lanjut strategi berkelanjutan dalam konstruksi green engagement adalah bagaimana Perusahaan berupaya untuk efisiensi lingkungan, eco-effectiveness dan sufficient (kecukupan) dalam pengelolaan sumber daya.

Berdasarkan penjelasan diatas dan penelitian sebelumnya yang dilakukan Novita et al. (2019) mengatakan *sustainable Business* dapat dipengaruhi variable GHRM serta penelitian dari Ika Sari (2019) bahwa financial reward dapat bertindak sebagai variabel intervening untuk mengubah perilaku organisasi.

Dimensi *sustainability management* diuraikan oleh (Hahn, 2022) efisiensi Lingkungan, efektivitas lingkungan, dan kecukupan. Efisiensi lingkungan yaitu pendekatan ekoefisiensi umum bertujuan pada perbaikan relatif melalui pengurangan kuantitatif sumber daya dan emisi produk atau proses dari awal hingga akhir. Jika berhasil, maka dibutuhkan lebih sedikit sumber daya atau lebih sedikit emisi yang dihasilkan untuk menghasilkan jumlah barang dan jasa yang sama dibandingkan dengan status quo sebelumnya. Efektivitas lingkungan adalah cara-cara yang mungkin

dilakukan untuk mencapai eko-efisiensi mencakup kemajuan teknologi dan organisasi, daur ulang bahan-bahan, dan penghindaran emisi. Ada banyak contoh keberhasilan inovasi eko-efisiensi seperti bola lampu hemat energi, mesin pencuci piring hemat air, atau proses produksi hemat sumber daya. Kecukupan adalah konsep berbasis perilaku dan bertujuan untuk mencapai tingkat dan bentuk konsumsi yang sesuai. Kecukupan mencoba mempengaruhi faktor kemakmuran IPAT melalui tingkat aspirasi konsumsi. Gaya hidup berkelanjutan yang mengikuti strategi ini mengurangi jumlah konsumsi absolut. Kecukupan dalam arti perubahan pola konsumsi secara kualitatif, bertujuan pada penyesuaian kebutuhan dan/atau substitusi bentuk konsumsi yang tidak berkelanjutan dengan bentuk konsumsi yang berkelanjutan. Contohnya termasuk umur panjang barang konsumsi, penggunaan kembali produk, dan mengandalkan layanan dibandingkan memiliki produk.

Hubungan Antar Variabel

Luthans (2000) menyoroti dua jenis penghargaan yaitu penghargaan finansial dan non-finansial dan keduanya dapat dimanfaatkan secara positif untuk meningkatkan kinerja karyawan. Peningkatan kinerja karyawan juga dapat dilakukan melalui peningkatan hubungan antara karyawan dengan perusahaan yang dikenal dengan istilah *Employee Engagement*. Penelitian yang dilakukan oleh Anitha (2014) menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan yang kuat antara keterikatan karyawan dengan kinerja karyawan, sehingga jika keterikatan karyawan tinggi maka kinerja karyawan di perusahaan juga akan tinggi. Lebih lanjut Nurmalita (2019) mengatakan terdapat pengaruh *Employee Engagement* dalam memediasi hubungan imbalan finansial

terhadap kinerja pegawai serta hubungan imbalan non finansial terhadap kinerja pegawai. Dengan demikian penelitian ini dipandang perlu untuk memperkaya inti sari tentang *Employee Engagement* dari sudut pandang *GHRM* dengan melihat apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Financial reward*, *Green reward* (non-finansial) serta *Sustainability strategies* terhadap *Green engagement*.

Pengaruh Financial Reward (X1) terhadap Green Engagement (Y)

Beberapa penelitian sebelumnya telah menyebutkan bahwa faktor motivasi seperti imbalan finansial, karakteristik pekerjaan, karier pengembangan, pengakuan, manajemen dan keseimbangan kehidupan kerja memberikan dampak positif dan signifikan menghasilkan peningkatan keterlibatan serta retensi karyawan di suatu Perusahaan (Aguenza & Som, 2012) dan penghargaan dan pengakuan sebagai sebuah konstruksi telah ditemukan sebagai sebuah merupakan prediktor yang kuat terhadap keterlibatan karyawan, meskipun merupakan prediktor normatif yang lebih kuat komitmen (Srivastava, 2016). Penelitian ini ingin meneliti secara spesifik financial reward yaitu reward dalam bentuk bonus, gaji tambahan, saham, atau imbalan finansial lainnya memberikan insentif berpengaruh terhadap green engagement, oleh sebab itu hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Ada pengaruh yang signifikan antara Financial Reward (X1) terhadap Green Engagement (Y)

Pengaruh Green Reward System (X2) terhadap Green Engagement (Y)

Sistem penghargaan yang baik diyakini akan menjadi penentu dalam mencapai tujuan organisasi. Ketika karyawan merasa puas dengan sistem reward yang diterapkan maka akan terwujud keterikatan

karyawan yang dapat mendorong tercapainya tujuan organisasi. Marlyne (2014) dalam penelitiannya menyebutkan kepuasan karyawan secara parsial memediasi korelasi antara sistem penghargaan dan keterlibatan karyawan. Salah satu sistem reward non finansial adalah Green Reward yang dalam pelaksanaannya dapat berupa, training, hiring proses dan kinerja. Lebih lanjut faktor non finansial dapat mempengaruhi terhadap peningkatan keterlibatan karyawan Nurmawati (2019). Yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus *reward system* dari sudut pandang ramah lingkungan (*green*) yang akan dilihat pengaruhnya terhadap *green engagement*. Hipotesis penelitian ini adalah:

H₂: Ada pengaruh yang signifikan antara Green Reward System (X₂) terhadap Green Engagement (Y)

Pengaruh Sustainability Strategies (X3) terhadap Green Engagement (Y)

Dukungan terhadap lingkungan secara langsung menentukan dukungan organisasi untuk sustainability (Lamn et al, 2014). Ketika keberlanjutan semakin penting, menjadi relevan untuk memahami bagaimana penerapan *Sustainability Strategies* di seluruh organisasi berdampak pada hubungan karyawan dalam organisasi. Lebih lanjut Teresa Silva (2021) mengatakan bahwa *Sustainability Strategies* berdampak positif pada *Employee Engagement* dan Kesejahteraan Karyawan. Fokus penelitian ini adalah mengukur *sustainability strategy* dengan menggunakan dua dimensi penting yaitu efisiensi lingkungan, efektivitas, dan kecukupan yang dilihat pengaruhnya kepada green engagement. Hipotesis penelitiannya adalah:

H₃: Ada pengaruh yang signifikan antara *sustainability strategies* (X₃) terhadap Green Engagement (Y)

Pengaruh Financial Reward (X1) dan Green Reward System (X2) terhadap Green Engagement (Y)

Seperti yang dijelaskan sebelumnya sudah banyak teori dan penelitian yang menjelaskan hubungan finansial reward dan non finansial reward terhadap employee engagement. Tidak terdapat catatan eksplisit jika penambahan variabel ketiga yaitu variabel *sustainability Strategy* mempengaruhi employee engagement. Itulah sebabnya penelitian ini menganalisis secara eksplisit tentang *Financial Reward* dan *Green Reward System* terhadap *Green Engagement*.

H4: Ada pengaruh yang signifikan antara *Financial Reward* (X₁) dan *Green Reward System* (X₂) terhadap *Green Engagement* (Y)

Pengaruh Green Reward System (X2) dan Sustainability Strategies (X3) terhadap Green Engagement (Y)

Saat ini, sistem penghargaan telah menjadi bagian penting bagi manajemen dalam organisasi, terutama ketika perusahaan sangat memperhatikan keterlibatan karyawan dan lingkungan Perusahaan. Salah satu bentuk penghargaan yang diberikan adalah non finansial reward berupa karir, training dan *development*. *Development* terjadi ketika, organisasi ingin meningkatkan kompetensi dan ilmu dari pegawainya. *Employee Engagement* dianggap sebagai landasan mempertahankan keunggulan kompetitif (Macey et all, 2011). Penelitian

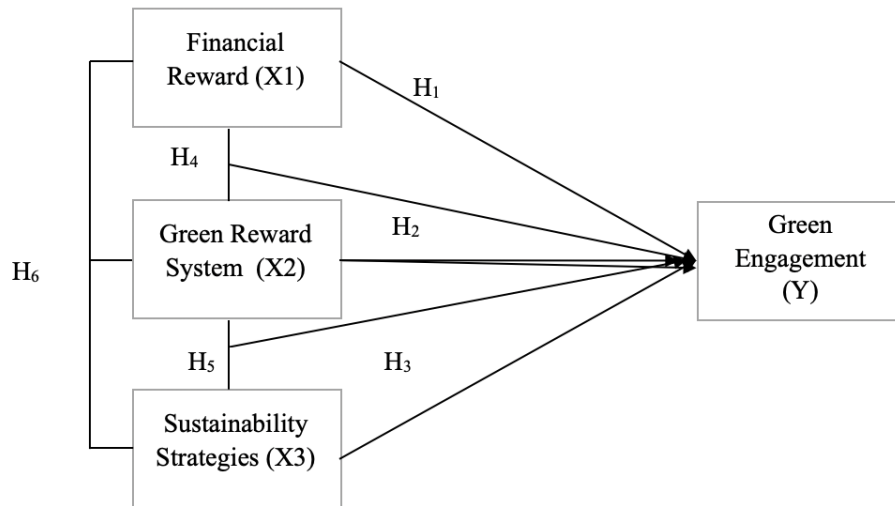
terdahulu belum ada yang meneliti hubungan simultan antara *Green Reward System* (X₂) dan *Sustainability Strategies* (X₃) terhadap *Green Engagement* (Y), itu sebabnya, hipotesis penelitian ini adalah:

H5: Ada pengaruh yang signifikan antara *Green Reward System* (X₂) dan *Green Reward System* (X₂) terhadap *Green Engagement* (Y)

Pengaruh Financial Reward (X1) dan Sustainability Strategis (X3) terhadap Green Engagement (Y)

Kompensasi finansial terjadi bila pekerja telah berkontribusi pada organisasi dan pemberi kerja akan memberikan kompensasi atau bentuk keuangan kepada karyawan yang telah dikontribusikan. Le Pine (2002) mengatakan reward atau kompensasi dapat menjadi salah satu faktor utama yang akan memotivasi karyawan untuk lebih kompetitif dengan pekerjaannya. Lebih lanjut Fatini (2015) mengatakan *sustainability workforce* dapat tercipta dengan adanya *reward system* dan *work engagement*. Penelitian terdahulu belum ada yang meneliti hubungan simultan antara *Financial Reward* (X₁) dan *Sustainability Strategies* (X₃) terhadap *Green Engagement* (Y), itu sebabnya, hipotesis penelitian ini adalah:

H6: Ada pengaruh yang signifikan antara *Financial Reward* (X₁) dan *Sustainability Strategy* (X₃) terhadap *Green Engagement* (Y)



Gambar. 1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kuantitatif, dimana pendekatan deskriptif kuantitatif digunakan untuk membuat gambaran mengenai fenomena yang ada dengan menghubungkan variable bebas dan terikat didukung dengan data-data berupa angka yang dihasilkan dari keadaan sebenarnya. Adapun teknik pengumpulan data dilakukan dengan daftar pertanyaan (questionnaire) dengan menggunakan skala *likert*.

Populasi penelitian ini adalah karyawan yang aktif bekerja sedangkan sampel penelitian ini adalah sebanyak 81 orang yang diambil mewakili karyawan yang aktif bekerja tersebut. Dalam penentuan sampel, penulis menggunakan sampling aksidental. Data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk questioner. Metode analisa data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variable bebas terhadap variable terikat, Uji F untuk mencari hubungan secara simultan, Uji Koefisien determinasi dan Regresi Linier.

A. Uji Validitas dan Reabilitas

Hasil uji coba instrument, dapat dijelaskan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ berdasarkan uji signifikan 0.05, artinya variabel X1 dari total 18 item uji coba diperoleh semua item valid, variabel X2 dari total 15 butir item uji coba diperoleh semua item valid, variabel X3 dari total 9 butir item uji coba diperoleh semua juga valid dan terakhir variabel Y dari 8 Item uji coba diperoleh semua item valid. Jadi semua variabel dapat disimpulkan valid.

Jika nilai Cronbach's alpha $r_{11} > 0,60$ menurut pernyataan Surjeni (2014) maka item tersebut reliabel, tetapi sebaliknya jika $r_{11} < 0,60$ maka item tidak reliabel. Hasil uji coba variabel X1 diperoleh nilai r_{11} sebesar 0,921, variabel X2 diperoleh nilai r_{11} sebesar 0,921, variabel X3 diperoleh nilai r_{11} sebesar 0,897 dan variabel Y diperoleh nilai r_{11} sebesar 0,931. Jadi semua variabel diperoleh lebih besar 0,60 maka dapat disimpulkan reliabel.

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang telah diperoleh memiliki sebaran yang terdistribusi normal atau tidak. Oleh karena itu, sebelum dilakukan pengujian lanjutan dilakukan terlebih dahulu uji normalitas menggunakan

menggunakan Kolmogorov Smirnov Test dengan signifikansi sebesar 5%. Jika nilai signifikansi (Sig.) > Signifikansi 5% maka sebaran data terdistribusi normal sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.) < Signifikansi 5% maka sebaran data tidak terdistribusi normal.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

N		81
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,68395228
Most Extreme Differences	Absolute	0,089
	Positive	0,089
	Negative	-0,075
Test Statistic		0,089
Asymp. Sig. (2-tailed)		.170 ^c

Berdasarkan tabel 1 diatas diketahui bahwa nilai Signifikansi 0.170 > 0.05 maka sebaran data terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam model regresi. Syarat uji multikolinieritas adalah nilai *tolerance* > 10% dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model				Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
				Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,867	2,896		0,299	0,766		
	X1	0,054	0,033	0,116	1,649	0,103	0,890	1,124
	X2	0,260	0,052	0,454	5,024	0,000	0,536	1,865
	X3	0,369	0,088	0,387	4,178	0,000	0,510	1,961

Berdasarkan tabel 2 diatas diketahui bahwa nilai tolerance masing-masing variabel bebas yaitu 0.890, 0.536 dan 0.510 serta VIF masing-masing variabel bebas yakni 1.124, 1.865 dan 1.961 mengartikan tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Multikolinieritas).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi. Uji ini dilakukan dengan metode analisis Uji Gleser dengan syarat adalah nilai signifikansi (Sig.) > Signifikansi 5% maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas sebaliknya jika nilai signifikansi (Sig.) < Signifikansi 5% maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	3,881	1,851		2,096	0,039
	X1	-0,015	0,021	-0,083	-0,696	0,489
	X2	-0,047	0,033	-0,218	-1,423	0,159
	X3	0,054	0,056	0,149	0,952	0,344

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa signifikansi masing-masing variabel bebas yakni 0.489, 0.159 dan 0.344 mengartikan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

C. Uji t

uji t bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variable bebas terhadap variable terikat. Syarat Uji t adalah

nilai signifikansi (Sig.) < Signifikansi 5% dan t hitung > t tabel.

Tabel 3. Hasil Uji t

Model				Standardized Coefficients	t	Sig.
				Beta		
1	(Constant)	0,867	2,896		0,299	0,766
	X1	0,054	0,033	0,116	1,649	0,103
	X2	0,260	0,052	0,454	5,024	0,000
	X3	0,369	0,088	0,387	4,178	0,000

Dari hasil uji t tabel 4 diatas menunjukan nilai signifikansi 0.103 lebih besar dari nilai tingkat signifikansi 0.05, dan hasil t hitung 1.649 lebih kecil dari angka t tabel 1.990. Hal ini menunjukan bahwa variabel Financial Reward (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Green engagement.

Dari hasil uji t tabel 4 diatas menunjukan nilai signifikansi 0 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0.05, dan hasil t hitung 5.024 lebih besar dari angka t tabel 1.990. Hal ini menunjukan bahwa variabel Green Reward (X2) berpengaruh signifikan terhadap Green engagement.

Diperoleh juga dari hasil uji t diatas menunjukan bahwa nilai signifikansi 0 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0.05, dan hasil t hitung 4.178 lebih besar dari angka t tabel 1.990. Hal ini menunjukan bahwa variabel Sustainability Strategies (X3) berpengaruh signifikan terhadap Green engagement.

D. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari simultan variabel bebas terhadap variable terikat. Syarat Uji F adalah nilai signifikansi (Sig.) < Signifikansi 5% dan F hitung > F tabel.

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari simultan variabel bebas terhadap variabel terikat. Syarat Uji F adalah nilai signifikansi (Sig.) < Signifikansi 5% dan F hitung > F tabel. Dalam hal ini sbb:

- a. Ada pengaruh secara simultan Financial Reward dan Green Reward terhadap Green Engagement.
- b. Ada pengaruh secara simultan Green Reward dan Sustainability Strategi terhadap Green Engagement
- c. Ada pengaruh secara simultan Financial Reward dan Sustainability Strategi terhadap Green Engagement.

Tabel 4 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1005,286	2	502,643	55,457	.000 ^b
	Residual	706,961	78	9,064		
	Total	1712,247	80			

Dari hasil uji F tabel 5.1 diatas menunjukkan nilai signifikansi 0 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0.05, dan hasil F hitung 55.457 lebih besar dari angka F tabel

3.11. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa secara simultan variabel Financial Reward dan Green Reward berpengaruh signifikan terhadap Green Engagement.

Tabel 5 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1115,619	2	557,809	72,925	.000 ^b
	Residual	596,628	78	7,649		
	Total	1712,247	80			

Dari hasil uji F tabel 5.2 diatas menunjukkan nilai signifikansi 0 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0.05, dan hasil F hitung 72.925 lebih besar dari angka F tabel

3.11. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa secara simultan variabel Green Reward dan Sustainability Strategy berpengaruh signifikan terhadap Green Engagement.

Tabel 6 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	947,015	2	473,508	48,265	.000 ^b
	Residual	765,232	78	9,811		
	Total	1712,247	80			

Dari hasil uji F tabel 5.3 diatas menunjukkan nilai signifikansi 0 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0.05, dan hasil F hitung 48.265 lebih besar dari angka F tabel

3.11. Hal ini menunjukkan bahwa bahwa secara simultan variabel Financial Reward dan Sustainability Strategy berpengaruh signifikan terhadap Green Engagement.

E. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi bertujuan untuk menunjukkan seberapa besar presentase

variabel bebas secara bersama-sama menerangkan variansi variabel terikat. Dari hasil tabel 6 dibawah nilai R Square adalah 0.663. Hal ini dapat diartikan bahwa ada pengaruh secara simultan variabel Financial

Reward, Green Reward dan Sustainability Strategies terhadap Green Engagement sebesar 66.3%. Sedangkan sisanya 33.7% adalah merupakan faktor-faktor lain.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	0,663	0,650	2,73574

F. Uji Regresi Linier Berganda

Uji Regresi Linier Berganda bertujuan untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Berdasarkan hasil analisis didapat persamaan $Y = 0.867 + 0.054 (X1) + 0.260 (X2) + 0.369 (X3)$. Lebih lanjut dapat diartikan sebagai berikut:

1. Jika nilai Financial Reward, Green Reward dan Sustainability Strategies adalah nol, maka diketahui nilai Green Engagement adalah tetap sebesar 0.867.
2. Jika nilai Financial Reward adalah satu dan nilai Green Reward serta Sustainability Strategies adalah nol, maka diketahui nilai Green Engagement akan mengalami kenaikan 1.127.
3. Jika nilai Sustainability Strategy adalah satu dan nilai Financial Reward serta Green Reward adalah nol, maka diketahui nilai Green Engagement akan mengalami Kenaikan 1.236.
4. Jika nilai Financial Reward, Green Reward dan Sustainability Strategies adalah satu, maka diketahui nilai Green Engagemnet adalah kenaikan menjadi 1.550

Jadi, ada pengaruh positif yang signifikan antara variabel Financial Reward, Green Reward dan Sustainability Strategies terhadap Green Engagement.

Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa variabel X1 (Financial Reward) tidak berpengaruh positif terhadap

Green Engagement, hal ini ditunjukkan dengan dengan nilai t hitung sebesar 1.649 di mana nilai tersebut lebih kecil dari t tabel 1.990 dan nilai signifikansi sebesar 0.103 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05.

Pada variabel X2 (Green Reward) berpengaruh positif terhadap Green Engagament yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 5.024 di mana nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1.990), dan nilai signifikansi sebesar 0 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.

Hal yang sama juga terjadi pada variabel X3 (Sustainability Strategies) berpengaruh positif terhadap Green Engagament yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar 4.178 di mana nilai tersebut lebih besar dari t tabel (1.990), dan nilai signifikansi sebesar 0 dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0,05.

Secara simultan variabel Financial Reward dan Green Reward berpengaruh positif terhadap Green Engagement, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0.05, dan hasil F hitung 55.457 lebih besar dari angka F tabel 3.11.

Secara simultan variabel Green Reward dan Sustainability Strategy berpengaruh positif terhadap Green Engagement, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0 lebih kecil dari nilai tingkat

signifikansi 0.05, dan hasil F hitung 72.925 lebih besar dari angka F tabel 3.11.

Secara simultan variabel Financial Reward dan Sustainability Strategy berpengaruh positif terhadap Green Engagement, hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi 0 lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi 0.05, dan hasil F hitung 48.265 lebih besar dari angka F tabel 3.11.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Financial Reward, Green Reward dan Sustainability Strategies secara simultan berpengaruh positif terhadap Green Engagement sebesar 66.3%. Sedangkan sisanya 33.7% adalah merupakan faktor-faktor lain.

Dalam penelitian ini juga diidentifikasi masih terdapat 17.3% responden yang ingin memiliki kendaraan pribadi daripada menggunakan layanan transportasi berlangganan/umum.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak ada pengaruh dari Financial Reward terhadap Green Engagement pada karyawan.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan dari Green Reward terhadap Green Engagement pada karyawan.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan dari Sustainability Strategies terhadap Green Engagement pada karyawan
4. Terdapat pengaruh secara simultan Financial Reward dan Green Reward terhadap Green Engagement pada karyawan
5. Terdapat pengaruh secara simultan Green Reward dan sustainability Strategies terhadap Green Engagement pada karyawan

6. Terdapat pengaruh secara simultan Financial Reward dan sustainability Strategies terhadap Green Engagement pada karyawan

Penulis menyarankan agar para karyawan dapat dibekali sosialisasi pentingnya pengelolaan lingkungan berbasis transportasi massal untuk menindaklanjuti isu masih terdapat 17.3 % responden yang ingin memiliki kendaraan Pribadi daripada menggunakan layanan transportasi berlangganan umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Aboramadan. (2020). *The effect of green HRM on employee green behaviors in higher education: the mediating mechanism of green work engagement*.
- Aguenza. (2012). *Motivational Factors of Employee Retention and Engagement in Organizations*.
- Ali. (2020). *A STUDY OF GREEN HUMAN RESOURCES MANAGEMENT (GHRM) AND GREEN CREATIVITY FOR HUMAN RESOURCES PROFESSIONALS*.
- Alizar, A. (2021). *Konstruksi Green Engagement untuk Sustainability*.
- Anitha. (2014). *Determinants of Employee Engagement and Their Impact on Employee Performance*.
- Asian institute of finance. (2017). *Green Human Resource Management: An Organisational Strategy for Sustainability*.
- Bombiak. (2018). *Green Human Resource Management as a Tool for the Sustainable Development of Enterprises*.
- Fatini. (2015). *Sustainability in Employment: Reward System and Work Engagement*.
- Ferinia, R. (2016). *CONTRIBUTION OF EMPLOYEE ENGAGEMENT AND INTERPERSONAL Contribution / Originality*. 5(7), 48–60.
- Ferinia, R & SHutagalung, S. (2017). *Linkage Between McClelland Motivation Theory, Interpersonal Relationship, Employee Engagement and Performance of Nurses at*

- Adventist Hospital. *Advanced Science Letters*, 23(11), 10955–10958. <https://doi.org/https://doi.org/10.1166/asl.2017.10196>
- Ferinia, R., Ismail, M., & Sudjiman, L. S. (2023). Literasi Finansial, Kesadaran Digital, Posisi Manajerial: Sebuah Bukti dari Riset Keuangan. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(1), 29–42. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i1.2906>
- Hahn, R. (2022). *Sustainability Management*.
- Karami, A. (2013). *Analyzing the Effectiveness of Reward Management System on Employee Performance through the Mediating Role of Employee Motivation*.
- Lamm, E. (2014). *Empowering Employee Sustainability: Perceived Organizational Support Toward the Environment*.
- Le Pine. (1998). *Helping and voice extra-role behavior: Evidence of construct and predictive validity*.
- Luthan. (2013). *Organizational Behavior*.
- Ma'arif. (2023). *The Relationship Between Physical Activity and Physical Fitness of Elementary School Students*.
- Macey. (2008). *The Meaning of Employee Engagement*.
- Marylene. (2014). *The Oxford Handbook of Work Engagement, Motivation, and Self-Determination Theory*.
- Ni Wayan Sri Indryan. (2019). *PERAN EMPLOYEE ENGAGEMENT DALAM MEMEDIASI PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR TERHADAP ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR*.
- Nicolosi. (2018). *Engagement with climate change and the environment*.
- Novita. (2021). *Green Intellectual Capital dan Sustainable Performance*.
- Purnama. (2019). *Pengaruh Green Human Resource Management Terhadap Sustainability Business*.
- Sari, I. (2019). *PENGARUH REWARD FINANCIAL DAN GAYA KEPEMIMPINAN TERHADAP KINERJA KEUANGAN DAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.
- Setiaji, Y. (2014). Pengaruh Green Marketing Terhadap Keberlanjutan Lingkungan, Profitabilitas Perusahaan dan Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Media Wisata*, 12(2), 1–26. [file:///Users/andreataquez/Downloads/guia-plan-de-mejora-institucional.pdf%0Ahttp://salud.tabasco.go b.mx/content/revista%0Ahttp://www.revist aalad.com/pdfs/Guias_ALAD_11_Nov_201 3.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.15446/revfac med.v66n3.60060.%0Ahttp://www.cenetec](file:///Users/andreataquez/Downloads/guia-plan-de-mejora-institucional.pdf%0Ahttp://salud.tabasco.go%0Ab.mx/content/revista%0Ahttp://www.revist%0Aaalad.com/pdfs/Guias_ALAD_11_Nov_2013.pdf%0Ahttp://dx.doi.org/10.15446/revfac%0Amed.v66n3.60060.%0Ahttp://www.cenetec).
- Shaban. (2019). *Reviewing the Concept of Green HRM (GHRM) and Its Application Practices (Green Staffing) with Suggested Research Agenda: A Review from Literature Background and Testing Construction Perspective*.
- Silva, T. (2021). *Sustainable Practices impacting Employee Engagement and Wellbeing*.
- Situmorang, D. S., & Ferinia, R. (2023). *Apakah Benar Uang Tidak Dapat Dikendalikan Penggunaannya ? Peran Financial planning Dan Financial Behavior melalui Pengendalian Social Shopping*. 05(03), 10490–10501.
- Srivastava. (2016). *Development of short questionnaire to measure an extended set of role expectation conflict, coworker support and work-life balance: The new job stress scale*.
- Ukko. (2022). *The importance of sustainability engagement in small businesses supplier collaboration*.