

Pengaruh *Employee Job Satisfaction, Employee Green Commitment* terhadap *Green Creativity, Green Competitive Advantage* pada PT Bank Rakyat Indonesia di Jakarta Selatan

Mardiyah Azda Putri¹, Netania Emilisa²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti

Email: mardiyahputri06@gmail.com¹, netania@trisakti.ac.id²

Abstrak

penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Employee Job Satisfaction, Employee Green Cominment, Green Creativity, Green Competitive Advantage* pada pt bank rakyat indonesia di jakarta selatan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *Employee Job satisfaction, Employee Green Cominment, Green Creativity*, dan untuk variabel dependen dalam penelitian ini adalah *Green Competitive Advantage*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan data yang dipakai yaitu data primer yang diperoleh langsung dari hasil penyebaran kuesioner serta diukur menggunakan Skala Likert. Penelitian ini dilakukan di PT Bank Rakyat Indonesia dengan jumlah responden sebanyak 250 responden. Teknik analisis data menggunakan AMOS. Data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan kuesioner kemudian diolah menggunakan program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Employee Job Satisfaction (X1), Employee Green Cominment (X2)*, memiliki pengaruh positif terhadap *Green Creativity (X3)* memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel *Green Competitive Advantage (Y)*.

Kata Kunci: *Employee Job Satisfaction, Employee Green Cominment, Green Creativity, Green Competitive Advantage.*

Abstract

This research aims to determine the influence of *Employee Job Satisfaction, Employee Green Comminment, Green Creativity, Green Competitive Advantage* on PT Bank Rakyat Indonesia in South Jakarta. The independent variables in this research are *Employee Job Satisfaction, Employee Green Comminment, Green Creativity*, and the dependent variable in this research is *Green Competitive Advantage*. The method used in this research is a quantitative method and the data used is primary data obtained directly from the results of distributing questionnaires and measured using a Likert Scale. This research was conducted at PT Bank Rakyat Indonesia with a total of 250 respondents. Data analysis techniques use AMOS. The data in this research was collected using a questionnaire and then processed using the AMOS program. The research results show that *Employee Job Satisfaction (X1), Employee Green Comminment (X2)*, have a positive influence on *Green Creativity (X3)* and have a positive influence on the *Green Competitive Advantage (Y)* variable.

Keywords: *Employee Job Satisfaction, Employee Green Comminment, Green Creativity, Green Competitive Advantage.*

PENDAHULUAN

Komunitas internasional bekerja keras untuk mewujudkan komitmen terhadap *Sustainable Development Goals (SDGs)*. SDGs ini merupakan rencana aksi global yang disepakati oleh dunia pemimpin untuk mengakhiri kemiskinan, mengurangi kesenjangan, dan melindungi lingkungan. Upaya pelestarian lingkungan hidup merupakan salah satu pilar utama

SDGs. Sejalan dengan komitmen pada pilar pelestarian lingkungan hidup, dunia internasional terus berupaya menciptakan budaya ramah lingkungan dalam seluruh aspek kehidupan. Komitmen ini tentu memerlukan peran serta seluruh masyarakat. Perusahaan sebagai pelaku komersial, merupakan bagian dari komunitas global. PT Bank Rakyat Indonesia di Jakarta Selatan Tbk (BRI) sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, tidak terkecuali ikut berkontribusi dalam komitmen ini. Bank BRI memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa operasionalnya tidak hanya menghasilkan keuntungan finansial, tetapi juga memberikan dampak positif pada lingkungan. Praktik bisnis ramah lingkungan dapat membantu mereka berkontribusi terhadap upaya pelestarian lingkungan.

Kontribusi Bank BRI bisa bermacam-macam bentuknya, tergantung kreativitas perusahaan. Oleh karena itu, *green creativity* harus ditumbuhkan di seluruh lapisan masyarakat khususnya Bank BRI agar dapat menghasilkan budaya dan perilaku ramah lingkungan. *Green Human Resource Management* (GHRM) mengacu pada penggabungan pengelolaan lingkungan ke dalam praktik HRM. GHRM bertujuan untuk membantu organisasi dalam meningkatkan kinerja lingkungan dengan meningkatkan keterlibatan karyawan yang positif dan komitmen lingkungan (Renwick et al., 2013).

Membangun *green creativity* karyawan adalah salah satu orientasi praktik GHRM. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Setyaningrum et al., 2023b), nilai-nilai lingkungan yang dimiliki karyawan memengaruhi persepsi mereka terhadap kebermaknaan dan *green creativity* secara berbeda-beda bergantung pada penerapan praktik GHRM di organisasi mereka. Temuan ini menekankan pentingnya menyelaraskan nilai-nilai karyawan dengan praktik GHRM dalam mempengaruhi perilaku positif karyawan, khususnya *green creativity* karyawan. Demikian pula, penelitian sebelumnya menemukan hubungan antara GHRM dan *green creativity* karyawan. Selain itu, terdapat temuan penelitian yang menunjukkan adanya hubungan antara GHRM dan perilaku pro lingkungan. Namun variabel gaya kepemimpinan etis memoderasi kedua hubungan tersebut (Baah et al., 2023b).

Green creativity dalam konteks ini, mengacu pada pengembangan ide ramah lingkungan yang orisinal dan berguna tentang produk, praktik, atau layanan ramah lingkungan (Sugiarto & Huruta, 2023) dan dipengaruhi oleh berbagai faktor organisasi dan individu. Lebih lanjut, Chen dan Chang (2013) menemukan bahwa pemikiran *green creativity* dipengaruhi oleh kepemimpinan dan sikap organisasi terhadap kepedulian lingkungan. Peneliti sebelumnya telah melakukan penelitian ekstensif terhadap perilaku *green creativity* karyawan. Cho dan Yoo (2021) melakukan penelitian tentang cara meningkatkan *green creativity* karyawan dengan memasukkan serangkaian komponen tiga dimensi yang komprehensif yang mencakup faktor eksternal, organisasi, dan individu. Penelitian ini menghubungkan *green creativity* karyawan dengan tekanan pelanggan. Faktor yang memengaruhi *green creativity* karyawan adalah *employee job satisfaction*, *employee green commitment*, dan *green competitive advantage*.

Employee job satisfaction mengacu pada seberapa besar karyawan mencintai pekerjaan mereka dan seberapa besar keinginan mereka untuk bekerja di perusahaan. Dengan kata lain, ini adalah penilaian subjektif karyawan mengenai seberapa besar dia menikmati pekerjaannya. *Employee job satisfaction* ini berfokus pada bagaimana karyawan memandang pekerjaan mereka dan seberapa besar mereka menikmatinya (Dayal & Verma, 2021). Sugiarto dan Huruta (2023) mengemukakan adanya hubungan antara *Employee job satisfaction* dan *green creativity* karyawan.

Employee green commitment sebagai keadaan pikiran emosional yang mencakup keterikatan, identifikasi, dan tanggung jawab terhadap masalah lingkungan di tempat kerja (Paillé et al., 2019). Dengan kata lain, merupakan perilaku yang mencerminkan kesetiaan seorang pegawai terhadap organisasi, sekaligus merupakan tahap selanjutnya di mana anggota organisasi mengungkapkan kepeduliannya terhadap keberhasilan organisasi dan perkembangan masa depan. Penelitian sebelumnya menemukan hubungan antara *Employee green commitment* dengan *green creativity* karyawan (Sugiarto dan Huruta, 2023).

Green competitive advantage telah didefinisikan sebagai keunikan suatu perusahaan keadaan yang memungkinkannya mengambil sikap terhadap isu-isu seperti pengelolaan

ekologi atau inovasi berkelanjutan. Dunia usaha harus mengambil bagian dalam proyek yang kreatif, inovatif dan ramah lingkungan jika mereka ingin membangun keunggulan kompetitif ramah lingkungan (Setyaningrum et al., 2023).

Dalam rangka berkontribusi dalam komitmen ini, penting bagi Bank BRI untuk memahami bagaimana faktor-faktor internal seperti kepuasan kerja karyawan (*employee job satisfaction*) dan komitmen karyawan terhadap keberlanjutan (*employee green commitment*) dapat memengaruhi kreativitas dalam konteks keberlanjutan (*green creativity*). Selain itu, juga penting untuk memahami peran yang dimainkan oleh keunggulan kompetitif berkelanjutan (*green competitive advantage*) dalam menghubungkan faktor-faktor tersebut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah komunikasi interpersonal. Hal ini sesuai dengan pendapat Sutrisno (2011:77), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan kerja adalah kesempatan untuk maju, keamanan kerja, gaji, perusahaan dan manajemen, pengawasan, faktor intrinsik dari pekerjaan, kondisi kerja, aspek sosial dalam pekerjaan, komunikasi dan fasilitas. Dimensi komunikasi interpersonal dapat dilihat dari bakat, minat dan kepribadian. Adapun fenomena yang terjadi pada dimensi minat ialah kurangnya kemauan karyawan dalam mengembangkan potensi yang ada pada dirinya. Sedangkan fenomena kepribadian masih terdapat beberapa karyawan yang kurang optimal, dimana kurang akrab hubungan antar karyawan yang ada di setiap ruangan direksi.

Bank Rakyat Indonesia saat ini dalam mendayagunakan kapabilitas layanan teknologi informasi dan komunikasi terkini, sehingga membuka berbagai peluang bagi Bank BRI untuk menjangkau lebih banyak nasabah, meningkatkan kualitas pelayanan, dan berinovasi menghadirkan produk dan layanan baru dalam rangka memenuhi kebutuhan perbankan dan keuangan nasabah dari semua kalangan, hingga ke seluruh pelosok Indonesia. Seiring dengan tumbuh kembangnya negeri ini, Bank Rakyat Indonesia secara dinamis terus berinovasi untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan layanan perbankan sekaligus tetap konsisten dengan tekad Bank Rakyat Indonesia menjadi mitra utama bagi masyarakat Indonesia dalam mengembangkan perekonomiannya. Dengan adanya layanan yang baik dan mendukung semua kebutuhan nasabahnya, sumber daya manusia yang sangat dibutuhkan yang memiliki keterlibatan kerja yang tinggi sehingga perusahaan seimbang dalam mewujudkan semua tujuan perusahaan melalui produk-produk berkualitas dan sumber daya manusia yang berdedikasi tinggi kepada perusahaan.

Penelitian terdahulu Sugiarto dan Huruta (2023) menunjukkan keberadaan variabel mediasi lainnya, yaitu komitmen ramah lingkungan dan kepuasan kerja dalam pengaruh praktik HRM ramah lingkungan terhadap kreativitas ramah lingkungan. Peneliti sebelumnya belum memberikan perhatian untuk menilai *green competitive advantage* sebagai variabel mediasi pengaruh *employee job satisfaction* dan *employee green commitment* terhadap *green creativity*. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan penelitian. Penelitian ini membantu menunjukkan keberadaan variabel mediasi lainnya, yaitu komitmen ramah lingkungan dan kepuasan kerja dalam pengaruh praktik HRM ramah lingkungan terhadap kreativitas ramah lingkungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh *employee job satisfaction* dan *employee green commitment* terhadap *green creativity*, serta peran mediasi *green competitive advantage* dalam konteks Bank BRI. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana faktor-faktor ini saling terkait dan berkontribusi pada upaya Bank BRI untuk mencapai tujuan keberlanjutan.

METODE

Penelitian ini mengacu kepada penelitian terdahulu yang telah dilakukan Sugiarto dan Huruta (2023) dan Baah et al. (2023). Rancangan penelitian yang digunakan adalah *Hypothesis Testing* karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hipotesis yang biasanya menjelaskan sifat dari hubungan-hubungan tertentu atau menentukan perbedaan antar kelompok atau independensi dari dua faktor atau lebih dalam suatu situasi (Sekaran dan Bougie, 2016). Hubungan variabel-variabel yang akan diuji hipotesis dalam penelitian ini adalah *Employee Job Satisfaction* dan *Employee Green Comminment* terhadap *Green*

Competitive Advantage yang dimediasi oleh *Green Cretivity*. Penggunaan studi korelasional untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang berhubungan dengan masalah.

Data yang digunakan adalah data *cross-sectional* karena hanya dikumpulkan satu kali dalam periode waktu tertentu, dimana unit analisisnya adalah individu yang merupakan karyawan dari perusahaan yang berada di Jakarta. Setting penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *Noncontrived settings* dimana penelitian ini dilakukan secara umum dan tidak membutuhkan tempat.

Untuk melakukan penelitian ini, data-data yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti harus dikumpulkan, diolah, dan dibuat kesimpulannya. Adapun sumber data yang digunakan di peroleh dari kuesioner dan studi Pustaka.

Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, dimana pengambilan sampel dilakukan pada beberapa jenis orang tertentu yang dapat memberikan data yang dibutuhkan atau sesuai dengan beberapa kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti (Sekaran & Bougie, 2016). Teknik *purposive sampling* diambil pada penelitian ini, karena sesuai untuk penelitian kuantitatif atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi (Sugiyono, 2016). Jumlah sampel minimum untuk penelitian ini adalah 170 responden, dan jumlah sampel maksimum adalah 340 responden.

Metode analisi yang digunakan akan disesuaikan dengan tujuan penelitian sebagai Berikut :

1. Untuk menganalisa gambaran umum *Employee Job Satisfaction*, *Employee Green Comminment*, *Green Competitive Advantage*, dan *Green Cretivity* pada karyawan perusahaan di Jakarta menggunakan *statistic deskriptif* dengan bentuk rata-rata menggunakan AMOS.
2. Untuk menganalisa pengaruh *Employee Job Satisfaction* terhadap *Green Cretivity* pada karyawan Perusahaan Bank Rakyat Indonesia di Jakarta Selatan menggunakan Analisa regresi berganda dengan AMOS.
3. Untuk menganalisa pengaruh *Employee Green Comminment* terhadap *Green Cretivity* pada karyawan perusahaan Bank Rakyat Indonesia di Jakarta Selatan menggunakan Analisa regresi berganda dengan AMOS.
4. Untuk menganalisa pengaruh *Green Cretivity* terhadap *Green Competitive Advantage* pada karyawan perusahaan Bank Rakyat Indonesia di Jakarta Selatan menggunakan Analisa regresi berganda dengan AMOS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Deskripsi data menggambarkan karakteristik responden berdasarkan kriteria yang ada dalam kuesioner. Berikut adalah hasil tabulasi karakteristik responden berdasarkan hasil yang diperoleh

Gender

1. Tabel. Karakteristik Demografis Responden Berdasarkan Gender

Gender	Karyawan perusahaan	
	Frekuensi	Presentase
Pria	132	52.8
Wanita	118	47.2
Total	250	100.0

Sumber : Hasil pengolahan data

Pada Tabel 1 terlihat profil responden berdasarkan Gender. Karyawan Perusahaan dengan Gender pria memiliki 132 responden dan wanita memiliki 118 responden. Responden Pria memiliki jumlah yang lebih banyak dibandingkan Wanita karena karyawan Perusahaan dibank rakyat Indonesia (BRI) diasumsikan sebagai pekerjaan Pria oleh masyarakat dimana pekerjaan tersebut merupakan tentang karyawan dan layanan.

Usia

Tabel 2. Karakteristik Demografis Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
17-25	97	38.8
26-35	132	52,8
>35	21	8.4
Total	250	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Pada Tabel 2 terlihat profil responden berdasarkan usia. Karyawan Perusahaan yang berusia diantara 26 – 35 tahun lebih banyak dibandingkan rentang usia yang lain karena karyawan di Perusahaan Bank BRI dengan rentang umur tersebut memiliki motivasi tinggi dalam bekerja, selain itu mereka terdorong untuk memenuhi segala kebutuhannya sehingga lebih giat untuk menjalankan tugasnya dengan maksimal.

Tabel 3. Karakteristik Demografis Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Lama bekerja	Frekuensi	Presentase
0-2 tahun	88	35.2
3-5 tahun	111	44.4
>6 tahun	51	20.4
Total	250	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Pada Tabel 3 terlihat profil responden berdasarkan status Lama bekerja yang dimiliki oleh para karyawan Bank BRI. Karyawan Perusahaan Bank BRI yang statusnya Lama bekerja lebih banyak (3-5) dibandingkan dengan status Lama bekerja lainnya. Hal ini terjadi karena para karyawan yang sudah Lama bekerja di Bank BRI dinilai memiliki kehidupan kerja yang seimbang dari segi waktu, keterlibatan, dan kepuasan.

Tabel 4. Karakteristik Demografis Responden Berdasarkan Status Divisi

Divisi	Frekuensi	Presentase
Account Officer	68	27.2
Analisis Kredit	23	9.2
Customer Service	14	5.6
Sales Office	85	34.0
Staf Administrasi	40	16.0
Teller	20	8.0
Total	250	100.0

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Pada Tabel 4. terlihat profil responden berdasarkan Divisi bekerja yang dimiliki oleh para karyawan Bank BRI. Karyawan Perusahaan Bank BRI yang statusnya Divisi lebih banyak Sales Office dibandingkan dengan Divisi bekerja lainnya. Hal ini terjadi karena para karyawan yang sudah Lama bekerja di Bank BRI dinilai memiliki kehidupan kerja yang seimbang dari segi waktu, keterlibatan, dan kepuasan.

Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode yang berkaitan dengan pengumpulan atau penyajian data guna dapat memberikan informasi yang berguna bagi peneliti. Hasil statistik dari variable Employee Job Satisfation, Employee Green Comminment, Green Creativity, Green Competitive Advantage dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Analisis Employee Job Satisfation

Tabel 5. Statistik Deskriptif Employee Job Satisfaction

No.	Employee Job Satisfaction	Mean
1.	Saya senang bekerja di perusahaan yang memiliki komitmen ramah lingkungan	4.28
2.	Saya merasa bangga bekerja di perusahaan yang memiliki komitmen ramah lingkungan.	4.40
3.	Saya antusias terhadap kebijakan dan komitmen perusahaan terhadap lingkungan	4.18
4.	Saya senang dengan pekerjaan yang berkaitan dengan perilaku ramah lingkungan.	4.23
5.	Saya merasa puas dengan imbalan yang diberikan Perusahaan	4.37
6.	Saya merasa nyaman dengan hubungan interpersonal dengan rekan kerjanya di tempat kerja	4.20
7.	Saya merasa nyaman dengan fasilitas kerja dan lingkungan fisik kantor yang berkonsep hijau	4.16
8.	Saya merasa puas dengan sistem penilaian kinerja perusahaan	4.25
9.	Saya merasa senang dengan kesempatan dan dukungan perusahaan untuk mempraktikkan perilaku ramah lingkungan di tempat kerja.	4.18
<i>Mean</i>		4.25

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel 5 diatas Variabel **employee job satisfaction** dapat diketahui total mean sebesar 4.25 menunjukkan bahwa responden yang berarti merasakan keadaan positif yang mengakitbatkan kepuasan terhadap pekerjaan mereka diperusahaan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa nilai mean tertinggi sebesar 4,40 karyawan merasa bangga bekerja diperusahaan yang memiliki ramah lingkungan.

Tabel 6. Statistik Deskriptif Employee Green Comminment

No.	Employee Green Comminment	Mean
	Dukungan terhadap kebijakan perusahaan dan komitmen terhadap tempat kerja ramah lingkungan.	4.13
	Komitmen untuk menjalankan perilaku ramah lingkungan (<i>green behavior</i>) dalam melaksanakan pekerjaan	4.14
	Komitmen untuk mempromosikan perilaku ramah lingkungan kepada rekan kerja.	4.26
4.	Komitmen untuk membantu rekan kerja dalam melakukan perilaku ramah lingkungan di tempat kerja	4.14
5.	Komitmen untuk bertanggung jawab dalam melakukan perilaku ramah lingkungan di tempat kerja.	4.16
6.	Komitmen untuk menjadi teladan dalam menjalankan perilaku ramah lingkungan di tempat kerja.	4.06

7.	Komitmen untuk menjadikan perilaku ramah lingkungan sebagai kebiasaan dan budaya kerja.	4.10
8.	Komitmen untuk berpartisipasi dalam setiap program kegiatan hijau yang dilakukan perusahaan.	4.18
<i>Mean</i>		4.15

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel 7 diatas Variabel **employee green commitment** dapat diketahui total mean sebesar 4.15 menunjukkan bahwa responden yang berarti berpartisipasi kreatif ramah lingkungan ditempat kerja. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai mean tertinggi 4,26 yang artinya responden dapat memperoleh informasi mengenai karya kreatif ramah lingkungan.

Tabel 7. Statistik Deskriptif Green Creativity

No.	Green Creativity	Mean
1.	Saya merasa sukses dalam berpartisipasi dalam karya yang ramah lingkungan	4.18
2.	Saya merasa terhormat untuk terlibat dalam karya kreatif ramah lingkungan di tempat kerja	4.12
3.	Karya kreatif ramah lingkungan merupakan kegiatan penting bagi para karyawan.	4.20
4.	Ada fleksibilitas untuk mengeksplorasi isu-isu kreatif ramah lingkungan di tempat kerja.	4.12
5.	Saya fasih dalam mengatasi isu-isu kreatif ramah lingkungan di tempat kerja.	4.04
6.	Saya memikirkan isu-isu kreatif ramah lingkungan secara mendetail di tempat kerja.	4.21
7.	Saya berkolaborasi secara efektif dengan orang lain untuk pekerjaan kreatif ramah lingkungan di tempat kerja.	4.17
8.	Saya berbagi pengetahuan dan keterampilan kreatif ramah lingkungan mereka dengan orang lain di tempat kerja.	4.22
9.	Saya merasa sukses dalam berpartisipasi dalam karya kreatif ramah lingkungan.	4.17
10.	Saya mempromosikan karya kreatif ramah lingkungan di tempat kerja	4.17
11.	Saya dapat memperoleh informasi mengenai karya kreatif ramah lingkungan dengan cepat	4.29
12.	Saya memiliki kemampuan untuk mewujudkan ide-ide ramah lingkungan yang baru dan bermanfaat ditempat kerja	4.20
<i>Mean</i>		4.17

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan tabel 7 diatas Variabel **green creativity** dapat diketahui total mean sebesar 4.17 menunjukkan bahwa responden yang berarti berpartisipasi kreatif ramah lingkungan ditempat kerja. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai mean tertinggi 4,29 yang artinya responden mempromosikan perilaku ramah lingkungan kepada rekan kerja.

Analisis Green Competitive Advantage
Statistik Deskriptif Green Competitive Advantage

No.	Green Competitive Advantage	Mean
1.	Produk dan layanan ramah lingkungan kami lebih baik dibandingkan pesaing	0.727
2.	Keunggulan kompetitif ramah lingkungan kami lebih baik dibandingkan pesaing	0.786
3.	Proses ramah lingkungan bisnis kami lebih baik dibandingkan pesaing	0.827
4.	Kemampuan manajerial dan karyawan kami lebih baik dibandingkan kompetitor	0.763
5.	Strategi dan reputasi ramah lingkungan kami lebih baik dan kuat dibandingkan pesaing	0.732
Mean		0.767

Sumber : Hasil Pengelohan Data

Berdasarkan tabel 8 diatas Variabel **green Competitive advantage** dapat diketahui total mean sebesar 0.767 menunjukkan bahwa responden yang berarti berpartisipasi kreatif ramah lingkungan ditempat kerja. Hal ini dapat ditunjukkan dari nilai mean tertinggi 0.827 yang artinya responden dapat Proses ramah lingkungan bisnis kami lebih baik dibandingkan pesaing.

Hasil Uji Hipotesis

Tujuan dari Uji Hipotesis ini adalah untuk mengevaluasi apakah terdapat hubungan antara variabel independent, variabel intervening, dan variabel dependent.

1. Jika nilai $p\text{-value} < 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima. Ini menunjukkan adanya pengaruh antara variabel yang diuji.
2. Jika nilai $p\text{-value} > 0,05$, maka hipotesis nol (H_0) didukung dan hipotesis alternatif (H_a) ditolak. Ini menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel yang diuji.

Analisis pengaruh Employee Job Satisfation terhadap Green Creativity

Berikut adalah bunyi dari hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a).

H_{01} : Tidak dapat pengaruh positif pada Employee job satisfation terhadap Green Creativity

H_{a1} : Dapat pengaruh positif pada Employee job satisfaction terhadap Green Creativity

Table 9. Hasil Uji Hipotesis 1

Hipotesis Deskriptif	Estimate	p-value	Keputusan
Employee job satisfaction memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Green Creativty	0.434	0.003	H_a Diterima

Sumber : Data menggunakan AMOS

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada table 4.9, diketahui nilai estimate adalah 0.434 yang artinya semakin Employee job satisfation terhadap Green Creativity. Semakin tinggi employee job satisfaction makan semakin baik green creativity. Dengan nilai $p\text{-value} 0.003 < 0.05$ maka H_0 ditolak sehingga secara statistik terbukti adanya pengaruh positif pada employee job satisfation terhadap green creativity secara signifikan.

Analisis pengaruh Employee Green Commitment terhadap Green Creativity

Berikut adalah bunyi dari hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a).

H01 : Tidak dapat pengaruh positif pada Employee Green Commitment terhadap Green Creativity

Ha1 : Dapat pengaruh positif pada Employee Green Commitment terhadap Green Creativity

Table 10. Hasil Uji Hipotesis 2

Hipotesis Deskriptif	Estimate	p-value	Keputusan
Employee Green Commitment memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Green Creativity	0.439	0.000	Ha Diterima

Sumber : Data menggunakan AMOS

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada table 4.10, diketahui nilai estimate adalah 0.439 yang artinya semakin Employee Green Commitment terhadap Green Creativity. Semakin tinggi Employee Green commitment maka semakin baik green creativity.

Dengan nilai p-value $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak sehingga secara statistik terbukti adanya pengaruh positif pada employee green commitment terhadap green creativity secara signifikan.

Analisis pengaruh Green Creativity terhadap green competitive advantage

Berikut adalah bunyi dari hipotesis nol (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_a).

H01 : Tidak dapat pengaruh positif pada Green Creativity terhadap Green Competitive advantage

Ha1 : Dapat pengaruh positif pada Employee Green Creativity terhadap Green Competitive advantage

Table 11. Hasil Uji Hipotesis 3

Hipotesis Deskriptif	Estimate	p-value	Keputusan
Green Creativity memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap green competitive advantage	0.946	0.000	Ha Diterima

Sumber : Data menggunakan AMOS

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada table 4.11, diketahui nilai estimate adalah 0.946 yang artinya semakin Employee Green Commitment terhadap Green Creativity. Semakin tinggi Employee Green commitment maka semakin baik green creativity.

Dengan nilai p-value $0.000 < 0.05$ maka H_0 ditolak sehingga secara statistik terbukti adanya pengaruh positif pada employee green commitment terhadap green creativity secara signifikan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Adapun hasil pembahasan dari masing-masing hasil penelitian sebagai berikut :

H1 : Employee job satisfaction memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Green Creativity

Pada pengujian hipotesis ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara employee job satisfaction terhadap green creativity. Hal ini menunjukkan praktik yang baik dari employee job satisfaction yang dilakukan oleh sebuah Perusahaan yang nantinya ada mendorong karyawan dan menerapkan green creativity yang lebih baik.

Karyawan yang puas dengan pekerjaan mereka cenderung lebih terlibat dan termotivasi untuk memberikan kontribusi positif terhadap perusahaan.

H2 : Employee Green Commitment memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Green Creativity

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua, dapat diketahui bahwa nilai p-value pada pengujian pengaruh employee green commitment terhadap green creativity diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai estimate 0.439. sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif pada employee green commitment terhadap green creativity.

Karyawan yang memiliki komitmen yang tinggi kepada Perusahaan cenderung akan menunjukkan sikap percaya kepada Perusahaan dan menaati semua peraturan yang dibuat Perusahaan sehingga membuat karyawan lebih percaya diri dalam bekerja serta bekerja secara efektif dan efisien dengan mengutamakan ramah lingkungan.

H3 : Green Creativity memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Green Competitive Advantage

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua, dapat diketahui bahwa nilai p-value pada pengujian pengaruh green creativity terhadap green competitive advantage diperoleh nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dengan nilai estimate 0.946, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif pada green creativity terhadap green competitive advantage.

green creativity dapat menghasilkan ide dan solusi baru untuk mengurangi dampak lingkungan, mengoptimalkan penggunaan sumber daya, dan menciptakan produk atau layanan yang lebih ramah lingkungan.

SIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya Adapun hasil pengolahan pada statistic deskriptif yang menyatakan :

1. Dari hasil statistic deskriptif *employee job satisfaction* menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap *green creativity*. Berdasarkan statistik deskriptif yang mencakup data tentang employee job satisfaction dan green creativity di Bank BRI di Jakarta Selatan, dapat disimpulkan bahwa terdapat indikasi positif antara tingkat kepuasan kerja karyawan dan tingkat green creativity di lingkungan tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa karyawan yang merasa puas dengan pekerjaan mereka cenderung memiliki tingkat kreativitas yang lebih tinggi dalam konteks keberlanjutan di perusahaan tersebut. Selain itu, faktor kontekstual, seperti kebijakan perusahaan, program keberlanjutan, dan dinamika organisasional, dapat mempengaruhi hubungan antara job satisfaction dan green creativity di Bank BRI di Jakarta Selatan.
2. Dari hasil deskriptif *employee green commitment* menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap *green creativity*. Berdasarkan statistik deskriptif yang mencakup data tentang employee green commitment dan green creativity di Bank BRI di Jakarta Selatan, dapat disimpulkan bahwa terdapat indikasi positif antara tingkat keterlibatan karyawan dalam praktik berkelanjutan (green commitment) dan tingkat kreativitas berkelanjutan di perusahaan tersebut. ini menunjukkan bahwa karyawan yang memiliki komitmen terhadap praktik-praktik hijau cenderung lebih kreatif dalam memberikan kontribusi pada inisiatif keberlanjutan di perusahaan. memahami faktor kontekstual dan menggali pandangan kualitatif melalui wawancara atau survei mendalam dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik tentang hubungan antara green commitment karyawan dan green creativity di Bank BRI di Jakarta Selatan.
3. Dari hasil deskriptif *green creativity* menunjukkan bahwa berpengaruh positif terhadap *green competitive advantage*. Berdasarkan statistik deskriptif, dapat disimpulkan bahwa terdapat

indikasi positif antara tingkat green creativity dan tingkat green competitive advantage di Bank BRI di Jakarta Selatan. Simpulan ini menunjukkan bahwa adanya kreativitas berkelanjutan di antara karyawan atau dalam praktik-praktik bisnis dapat mempengaruhi positif keunggulan kompetitif perusahaan dalam konteks keberlanjutan. Selain itu, faktor kontekstual seperti kebijakan perusahaan, strategi keberlanjutan, dan respons pasar juga dapat memengaruhi hubungan antara green creativity dan green competitive advantage di Bank BRI. Oleh karena itu, pendekatan holistik dengan mempertimbangkan aspek kualitatif melalui wawancara atau survei mendalam dapat memberikan pemahaman lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi hubungan ini di konteks yang lebih spesifik.

DAFTAR PUSTAKA

- An easy way to help students learn, collaborate, and grow.* (n.d.).
www.wileypluslearningspace.com
- Baah, C., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., & Lascano Armas, J. A. (2023a). Exploring corporate environmental ethics and green creativity as antecedents of green competitive advantage, sustainable production and financial performance: empirical evidence from manufacturing firms. *Benchmarking*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-06-2022-0352>
- Baah, C., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., & Lascano Armas, J. A. (2023b). Exploring corporate environmental ethics and green creativity as antecedents of green competitive advantage, sustainable production and financial performance: empirical evidence from manufacturing firms. *Benchmarking*. <https://doi.org/10.1108/BIJ-06-2022-0352>
- Jia, J., Liu, H., Chin, T., & Hu, D. (2018). The continuous mediating effects of GHRM on employees' green passion via transformational leadership and green creativity. *Sustainability (Switzerland)*, 10(9). <https://doi.org/10.3390/su10093237>
- Kamilia, A. R., & Nawangsari, L. C. (n.d.). *THE EFFECT OF GREEN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT ON BUSINESS SUSTAINABILITY THROUGH COMPETITIVE ADVANTAGE IN MSMEs IN DKI JAKARTA*.
- Rachmawati, S. (2023). The New Model: Green Innovation Modified to Moderate the Influence of Integrated Reporting, Green Intellectual Capital toward Green Competitive Advantage. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 13(2), 61–67. <https://doi.org/10.32479/ijeep.13921>
- Rahmah, A. F., & Emilisa, N. (2022). Pengaruh Work Load Pay dan Social Support terhadap Turnover Intention yang dimediasi oleh Job Satisfaction pada karyawan Perhotelan Bintang 4 di Jakarta Selatan. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 176–182. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v9i2.17482>
- Renwick, D. W. S., Redman, T., & Maguire, S. (2013). Green Human Resource Management: A Review and Research Agenda*. *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2011.00328.x>
- Roos Ana, S., Budi Sulistiyo, A., & Prasetyo, W. (2021). The Effect of Intellectual Capital and Good Corporate Governance on Company Value Mediated by Competitive Advantage. *Journal of Accounting and Investment*, 22(2). <https://doi.org/10.18196/jai.v22i2.10412>
- Setyaningrum, R. P., Kholid, M. N., & Susilo, P. (2023a). Sustainable SMEs Performance and Green Competitive Advantage: The Role of Green Creativity, Business Independence and Green IT Empowerment. *Sustainability (Switzerland)*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/su151512096>
- Setyaningrum, R. P., Kholid, M. N., & Susilo, P. (2023b). Sustainable SMEs Performance and Green Competitive Advantage: The Role of Green Creativity, Business Independence and Green IT Empowerment. *Sustainability (Switzerland)*, 15(15). <https://doi.org/10.3390/su151512096>
- Sugiarto, A., & Huruta, A. D. (2023). Antecedents of green creativity: the mediating role of employee green commitment and employee job satisfaction. *Cogent Business & Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2222491>

- Uğural, M. N., Giritli, H., & Urbański, M. (2020). Determinants of the turnover intention of construction professionals: A mediation analysis. *Sustainability (Switzerland)*, 12(3). <https://doi.org/10.3390/su12030954>
- Yulia Nur Atriksa, Y. N. A., & Murwaningsari, E. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI GREEN COMPETITIVE ADVANTAGE. *Jurnal Riset Akuntansi Aksioma*, 21(2), 118–130. <https://doi.org/10.29303/aksioma.v21i2.177>