

**PENGARUH GREEN HUMAN RESOURCE MANAGEMENT (GHRM)
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DAN KINERJA KEUANGAN
PERUSAHAAN: PERAN MEDIASI KEPUASAN DAN RETENSI
PELANGGAN**

Achmad Setyanto¹⁾, Dewi Puspaningtyas Faeni²⁾

Master of Management, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Jakarta,

¹⁾ 241173039@students.unsurya.ac.id, ²⁾ dewi.faeni@unsurya.ac.id

Abstract

This study aims to explore the influence of GHRM on customer loyalty and company financial performance, considering the mediating role of customer satisfaction and retention. The urgency of this study lies in the fact that companies that implement GHRM can gain a significant competitive advantage. This study uses a qualitative approach with data collection techniques that include in-depth interviews, observation, and document analysis. Semi-structured interview techniques are used to obtain in-depth information regarding GHRM practices, customer satisfaction, and customer loyalty. This study shows that GHRM has a positive influence on customer loyalty and company financial performance through the mediation of customer satisfaction and retention. The implementation of good GHRM practices can increase employee satisfaction, which in turn has a positive impact on customer experience.

Keywords: *Green Human Resource Management (GHRM); customer loyalty; financial performance; customer satisfaction; customer retention; mediating role; sustainability.*

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan kesadaran lingkungan yang semakin meningkat, konsep Green Human Resource Management (GHRM) muncul sebagai pendekatan strategis untuk mengintegrasikan praktik sumber daya manusia yang berkelanjutan dalam organisasi. GHRM tidak hanya berfokus pada pengelolaan karyawan, tetapi juga berupaya untuk menciptakan lingkungan kerja yang ramah lingkungan dan berkontribusi pada keberlanjutan perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh GHRM terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja keuangan perusahaan, dengan mempertimbangkan peran mediasi dari kepuasan dan

retensi pelanggan.

Urgensi penelitian ini terletak pada fakta bahwa perusahaan yang menerapkan GHRM dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang signifikan. Menurut penelitian oleh Jabbour dan Santos (2020), perusahaan yang menerapkan praktik GHRM cenderung memiliki karyawan yang lebih puas dan loyal, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini penting, mengingat loyalitas pelanggan adalah salah satu faktor kunci dalam mencapai kinerja keuangan yang baik. Data dari Statista (2021) menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang tinggi mengalami peningkatan pendapatan hingga 25% dibandingkan dengan perusahaan yang memiliki loyalitas pelanggan yang rendah.

Rasionalisasi masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana GHRM dapat mempengaruhi kepuasan dan retensi pelanggan, serta dampaknya terhadap kinerja keuangan. Banyak perusahaan masih mengabaikan aspek keberlanjutan dalam praktik manajemen sumber daya manusia mereka, yang dapat menghambat pencapaian tujuan bisnis jangka panjang. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk memberikan wawasan tentang pentingnya GHRM dalam konteks bisnis yang berkelanjutan.

Untuk menyelesaikan masalah umum ini, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan observasi. Penelitian ini juga akan menganalisis dokumen resmi dan artefak yang relevan untuk mendukung temuan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya akan memberikan kontribusi terhadap literatur GHRM, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi perusahaan dalam mengimplementasikan praktik GHRM.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh GHRM terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja keuangan perusahaan, serta untuk mengeksplorasi peran mediasi dari kepuasan dan retensi pelanggan. Dengan memahami hubungan ini, diharapkan perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif dalam mengelola sumber daya manusia dan meningkatkan kinerja bisnis mereka.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka ini akan membahas konsep-konsep kunci yang terkait dengan GHRM, loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan perusahaan. GHRM didefinisikan sebagai praktik manajemen sumber daya manusia yang bertujuan untuk meningkatkan keberlanjutan lingkungan melalui pengelolaan karyawan yang lebih baik (Renwick et al., 2016). Dalam konteks ini, GHRM mencakup berbagai praktik seperti pelatihan karyawan tentang

keberlanjutan, pengurangan limbah, dan penggunaan teknologi ramah lingkungan. Loyalitas pelanggan, di sisi lain, adalah komitmen pelanggan untuk terus membeli produk atau layanan dari perusahaan tertentu, yang sering kali dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan (Oliver, 1980). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kumar dan Shah (2021), kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya berdampak positif pada kinerja keuangan perusahaan. Data menunjukkan bahwa perusahaan dengan pelanggan yang loyal memiliki biaya akuisisi yang lebih rendah dan dapat meningkatkan margin keuntungan.

Kepuasan pelanggan sendiri merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dan pengalaman yang mereka rasakan selama berinteraksi dengan perusahaan. Penelitian oleh Chen dan Tsai (2020) menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan GHRM cenderung memiliki karyawan yang lebih puas, yang berdampak positif pada pengalaman pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa ada hubungan yang erat antara kepuasan karyawan dan kepuasan pelanggan.

Kinerja keuangan perusahaan, diukur melalui berbagai indikator seperti laba bersih, return on investment (ROI), dan pertumbuhan pendapatan, dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Menurut laporan dari McKinsey (2021), perusahaan yang memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat mencapai pertumbuhan pendapatan yang lebih baik dan meningkatkan profitabilitas. Oleh karena itu, memahami hubungan antara GHRM, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kinerja keuangan sangat penting bagi perusahaan yang ingin bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Dalam konteks ini, penelitian ini akan mengkaji lebih dalam tentang bagaimana GHRM dapat mempengaruhi kepuasan dan retensi pelanggan, serta dampaknya terhadap kinerja keuangan perusahaan. Melalui analisis ini, diharapkan dapat ditemukan strategi yang efektif untuk meningkatkan keberlanjutan dan kinerja perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang meliputi wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen. Wawancara dilakukan dengan manajer sumber daya manusia dan pelanggan dari beberapa perusahaan yang telah menerapkan GHRM. Teknik wawancara semi-terstruktur digunakan untuk menggali informasi yang mendalam mengenai praktik GHRM, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

Observasi dilakukan di lokasi perusahaan untuk memahami bagaimana praktik GHRM diterapkan dalam kehidupan sehari-hari karyawan. Peneliti juga

mencatat interaksi antara karyawan dan pelanggan untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana kepuasan pelanggan terbentuk. Selain itu, analisis dokumen dilakukan untuk mengkaji laporan perusahaan, kebijakan GHRM, dan survei kepuasan pelanggan yang telah dilakukan sebelumnya.

Pengumpulan data dilakukan secara bertahap, dimulai dengan wawancara dengan manajer sumber daya manusia untuk mendapatkan pemahaman tentang kebijakan GHRM yang diterapkan. Selanjutnya, wawancara dengan pelanggan dilakukan untuk menggali pengalaman mereka terkait kepuasan dan loyalitas. Observasi dilakukan untuk mendukung data yang diperoleh dari wawancara, serta untuk memberikan konteks yang lebih kaya terhadap praktik GHRM.

Data yang diperoleh dari wawancara dan observasi kemudian dianalisis menggunakan metode analisis tematik. Peneliti mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data, seperti hubungan antara GHRM dan kepuasan pelanggan, serta dampaknya terhadap loyalitas dan kinerja keuangan. Hasil analisis ini akan dijadikan dasar untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian.

Dengan pendekatan kualitatif ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengaruh GHRM terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja keuangan perusahaan, serta peran mediasi dari kepuasan dan retensi pelanggan.

Metode penelitian menggambarkan desain penelitian, teknik pengambilan sampel dan jumlah sampel, teknik pengambilan data, teknik pengumpulan data, teknik pengujian instrumen dan alat analisis data yang digunakan jika menggunakan data kuantitatif. Sedangkan untuk penelitian kualitatif dijelaskan bagaimana proses dari perolehan data penelitian.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ini akan disajikan berdasarkan analisis data yang diperoleh dari wawancara mendalam dan dokumen yang dikumpulkan. Wawancara dengan manajer sumber daya manusia mengungkapkan bahwa banyak perusahaan yang menerapkan praktik Green Human Resource Management (GHRM) melaporkan peningkatan kepuasan pelanggan. Misalnya, salah satu manajer menyatakan, "Kami melihat bahwa pelanggan kami lebih menghargai produk yang kami tawarkan karena kami berkomitmen terhadap keberlanjutan. Ini terlihat dari umpan balik positif yang kami terima." Pernyataan ini menyoroti pentingnya komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan, yang tidak hanya berdampak pada citra perusahaan, tetapi juga pada persepsi pelanggan terhadap nilai produk.

Dalam konteks ini, GHRM berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan nilai-nilai lingkungan dengan kepuasan pelanggan. Praktik GHRM mencakup berbagai inisiatif, mulai dari pengurangan limbah, penggunaan energi terbarukan,

hingga pengembangan produk yang ramah lingkungan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Renwick, D. W. S., Redman, T., & Maguire, S. (2020) yang menyatakan bahwa penerapan Environmental HRM (EHRM/GHRM) mendorong inovasi hijau, yang kemudian meningkatkan kinerja perusahaan, termasuk kepuasan pelanggan dan kinerja keuangan. Penelitian ini mendukung pernyataan bahwa GHRM tidak hanya berdampak pada lingkungan, tetapi juga pada kinerja bisnis. Faeni, D. P., Oktaviani, R. F., Riyadh, H. A., Faeni, R. P., & Beshr, B. A. H. (2025) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa Penerapan GHRM di perusahaan makanan dan minuman secara signifikan meningkatkan reputasi perusahaan mereka. Praktik-praktik seperti rekrutmen ramah lingkungan, pelatihan ramah lingkungan, dan penghargaan ramah lingkungan membantu memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan. Semua inisiatif ini tidak hanya berkontribusi pada pelestarian lingkungan, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Ketika perusahaan menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap lingkungan, pelanggan merasa lebih terhubung dan lebih menghargai produk yang mereka tawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa GHRM bukan hanya sekadar strategi bisnis, tetapi juga pendekatan yang dapat meningkatkan hubungan emosional antara perusahaan dan pelanggan.

Selain itu, wawancara dengan pelanggan menunjukkan bahwa kepuasan mereka terhadap perusahaan sangat dipengaruhi oleh inisiatif lingkungan yang diambil. Seorang pelanggan menyatakan, "Saya lebih suka membeli dari perusahaan yang peduli terhadap lingkungan. Ketika saya tahu mereka menggunakan bahan ramah lingkungan, saya merasa lebih baik tentang pilihan saya." Hal ini menunjukkan bahwa GHRM dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tariq, M., Rasheed, A., & Azeem, M. (2021) menunjukkan bahwa GHRM membentuk citra hijau perusahaan, yang sangat memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Ini mendukung pernyataan bahwa pelanggan lebih memilih perusahaan yang peduli lingkungan dan merasa lebih puas dengan produknya. Dengan kata lain, pelanggan yang merasa puas dengan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan cenderung untuk kembali dan merekomendasikan produk kepada orang lain. Fenomena ini menciptakan siklus positif di mana kepuasan pelanggan berkontribusi pada loyalitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

Dokumen resmi, seperti laporan keberlanjutan, juga mendukung temuan ini dengan menunjukkan bahwa perusahaan yang menerapkan GHRM memiliki kinerja keuangan yang lebih baik. Laporan tersebut menunjukkan peningkatan penjualan dan laba bersih setelah penerapan praktik GHRM. Sebagai contoh, perusahaan X melaporkan peningkatan 15% dalam penjualan setelah meluncurkan program keberlanjutan mereka, yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara GHRM dan kinerja keuangan. Ini menunjukkan bahwa investasi dalam praktik GHRM tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan tetapi juga bagi keuntungan perusahaan. Perusahaan yang berkomitmen pada keberlanjutan dapat menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan pendapatan mereka.

Catatan lapangan yang diambil selama wawancara juga menunjukkan bahwa ada kesadaran yang meningkat di kalangan pelanggan tentang pentingnya keberlanjutan. Pelanggan semakin memilih untuk mendukung perusahaan yang memiliki komitmen terhadap lingkungan, yang menciptakan peluang bagi perusahaan untuk membangun loyalitas. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa GHRM memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Zhu, J., Zhou, K. Z., & Jiao, H. (2020) pada penelitiannya menemukan bahwa GHRM secara langsung dan tidak langsung meningkatkan kinerja perusahaan melalui inovasi hijau. Studi ini mendukung pernyataan bahwa perusahaan yang menerapkan GHRM memiliki kinerja keuangan yang lebih baik, seperti peningkatan penjualan dan laba bersih. Kesadaran ini tidak hanya terbatas pada pelanggan individu, tetapi juga mencakup kelompok masyarakat yang lebih luas, yang semakin aktif dalam mendukung perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.

Lebih jauh lagi, penting untuk menganalisis bagaimana GHRM dapat berfungsi sebagai alat strategis dalam membangun citra positif perusahaan. Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk tidak hanya berfokus pada laba, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari operasi mereka. Dengan menerapkan praktik GHRM, perusahaan dapat membedakan diri mereka dari pesaing, menarik pelanggan yang peduli terhadap masalah lingkungan, dan membangun reputasi yang kuat di pasar. Hal ini sangat penting di era di mana konsumen semakin sadar akan isu-isu lingkungan dan memilih untuk mendukung merek yang sejalan dengan nilai-nilai mereka.

Sebagai ilustrasi, perusahaan-perusahaan yang telah menerapkan GHRM dengan sukses sering kali menjadi contoh yang baik bagi perusahaan lain. Misalnya, perusahaan Y yang bergerak di bidang fashion telah mengimplementasikan praktik GHRM dengan menggunakan bahan yang dapat didaur ulang dan menerapkan proses produksi yang ramah lingkungan. Hasilnya, perusahaan tersebut tidak hanya meningkatkan pangsa pasar mereka tetapi juga mendapatkan pengakuan internasional atas komitmen mereka terhadap keberlanjutan. Pengalaman perusahaan Y menunjukkan bahwa GHRM dapat menjadi pendorong inovasi dan diferensiasi produk, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya tarik bagi pelanggan.

Dalam konteks yang lebih luas, penerapan GHRM juga dapat berkontribusi pada pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Perusahaan yang mengadopsi praktik GHRM tidak hanya berinvestasi dalam keberlanjutan bisnis mereka, tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat dan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa ada keterkaitan yang erat antara keberlanjutan perusahaan dan kesejahteraan sosial. Dengan demikian, GHRM dapat menjadi bagian integral dari strategi perusahaan yang lebih besar untuk mencapai dampak positif yang berkelanjutan.

Sebagai tambahan, penting untuk mempertimbangkan tantangan yang dihadapi oleh perusahaan dalam menerapkan GHRM. Meskipun banyak perusahaan menyadari manfaat dari praktik ini, masih ada hambatan yang harus

diatasi. Misalnya, biaya awal untuk mengimplementasikan inisiatif ramah lingkungan sering kali menjadi kendala bagi perusahaan kecil dan menengah. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan analisis biaya manfaat yang cermat sebelum memutuskan untuk menerapkan praktik GHRM. Dengan pendekatan yang tepat, perusahaan dapat menemukan cara untuk mengurangi biaya dan meningkatkan efisiensi, sehingga dapat memaksimalkan manfaat dari GHRM. Dalam rangka untuk mencapai hasil yang optimal, perusahaan juga perlu melibatkan seluruh karyawan dalam inisiatif GHRM. Karyawan yang terlibat dan berkomitmen terhadap praktik keberlanjutan dapat menjadi duta bagi perusahaan, membantu menyebarkan pesan positif tentang komitmen perusahaan terhadap lingkungan. Pelatihan dan pengembangan yang berfokus pada keberlanjutan dapat membantu meningkatkan pemahaman karyawan tentang pentingnya GHRM dan bagaimana mereka dapat berkontribusi. Dengan demikian, menciptakan budaya perusahaan yang mendukung keberlanjutan dapat meningkatkan efektivitas praktik GHRM secara keseluruhan.

Selanjutnya, penting untuk mengeksplorasi bagaimana teknologi dapat mendukung penerapan GHRM. Inovasi teknologi, seperti penggunaan perangkat lunak untuk pelacakan jejak karbon atau aplikasi untuk mengelola sumber daya secara efisien, dapat membantu perusahaan dalam menerapkan praktik ramah lingkungan. Teknologi juga dapat memfasilitasi komunikasi yang lebih baik dengan pelanggan tentang inisiatif keberlanjutan perusahaan. Dengan memanfaatkan teknologi, perusahaan dapat meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Dalam rangka untuk mengukur dampak dari GHRM, perusahaan perlu mengembangkan metrik yang jelas untuk mengevaluasi kinerja mereka. Metrik ini dapat mencakup indikator kepuasan pelanggan, tingkat retensi pelanggan, serta kinerja keuangan. Dengan memiliki data yang akurat dan relevan, perusahaan dapat melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan praktik GHRM mereka. Ini juga memungkinkan perusahaan untuk melaporkan hasil mereka kepada pemangku kepentingan, yang dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan publik.

PEMBAHASAN

Pembahasan ini akan menganalisis hasil penelitian yang telah diperoleh dan mengaitkannya dengan literatur yang ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Green Human Resource Management (GHRM) berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan, yang sejalan dengan penelitian oleh Jabbour et al. (2020). Penelitian tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang menerapkan praktik keberlanjutan cenderung memiliki karyawan yang lebih puas dan produktif. Hal ini menunjukkan bahwa GHRM tidak hanya berfokus pada aspek lingkungan, tetapi juga berdampak pada kesejahteraan karyawan. Dalam konteks ini, penerapan GHRM dapat diilustrasikan dengan perusahaan yang mengadopsi kebijakan ramah lingkungan, seperti pengurangan limbah dan penggunaan sumber energi terbarukan, yang pada gilirannya menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik

bagi karyawan. Ketika karyawan merasa bangga bekerja untuk perusahaan yang peduli terhadap lingkungan, mereka cenderung lebih termotivasi dan berkomitmen terhadap pekerjaan mereka.

Kepuasan pelanggan yang meningkat akibat GHRM juga sejalan dengan temuan oleh Kumar dan Shah (2021), yang menunjukkan bahwa pengalaman positif pelanggan dapat meningkatkan loyalitas mereka. Dalam penelitian ini, pelanggan yang merasa bahwa perusahaan memiliki komitmen terhadap keberlanjutan cenderung lebih loyal, yang berdampak pada peningkatan retensi pelanggan. Misalnya, perusahaan yang secara aktif terlibat dalam program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan melibatkan pelanggan dalam inisiatif tersebut dapat menciptakan ikatan emosional yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan harus terus berinovasi dalam praktik GHRM untuk mempertahankan loyalitas pelanggan. Inovasi dalam GHRM dapat mencakup pelatihan karyawan mengenai keberlanjutan dan bagaimana mereka dapat berkontribusi, sehingga menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan yang berinteraksi dengan karyawan yang teredukasi dan termotivasi.

Dari segi kinerja keuangan, hasil penelitian ini mendukung argumen bahwa perusahaan yang memiliki pelanggan loyal dapat mencapai pertumbuhan pendapatan yang lebih baik. Data dari laporan tahunan perusahaan menunjukkan peningkatan laba bersih sejalan dengan temuan oleh McKinsey (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan. Dalam konteks ini, perusahaan yang menerapkan GHRM tidak hanya meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi juga menciptakan nilai jangka panjang bagi pemangku kepentingan. Contohnya, perusahaan yang berhasil mengurangi biaya operasional melalui praktik ramah lingkungan, seperti efisiensi energi, dapat menginvestasikan kembali penghematan tersebut untuk meningkatkan layanan pelanggan atau mengembangkan produk baru yang lebih berkelanjutan.

Namun, meskipun hasil penelitian menunjukkan hubungan positif antara GHRM dan kinerja keuangan, penting untuk dicatat bahwa implementasi GHRM memerlukan komitmen yang kuat dari manajemen. Penelitian oleh Renwick et al. (2016) menunjukkan bahwa keberhasilan GHRM sangat bergantung pada dukungan dari manajemen puncak dan keterlibatan karyawan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam proses implementasi GHRM. Keterlibatan ini dapat diwujudkan melalui program pelatihan dan sosialisasi yang menjelaskan manfaat GHRM bagi perusahaan dan karyawan. Dengan demikian, karyawan akan merasa menjadi bagian dari perubahan dan lebih termotivasi untuk berkontribusi.

Selanjutnya, penting untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang dari penerapan GHRM terhadap reputasi perusahaan. Perusahaan yang dikenal memiliki praktik GHRM yang baik cenderung menarik perhatian positif dari media dan masyarakat. Hal ini dapat menciptakan citra positif yang berdampak pada loyalitas pelanggan. Misalnya, perusahaan yang aktif dalam inisiatif lingkungan sering kali mendapatkan pengakuan melalui penghargaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya tarik merek. Pelanggan yang menyadari bahwa mereka

berkontribusi pada perusahaan yang peduli terhadap lingkungan lebih cenderung untuk tetap setia.

Selain itu, GHRM juga dapat berfungsi sebagai alat untuk menarik talenta terbaik. Dalam era di mana banyak individu, terutama generasi milenial dan Gen Z, lebih memilih untuk bekerja di perusahaan yang memiliki komitmen terhadap keberlanjutan, penerapan GHRM dapat menjadi faktor penentu dalam menarik dan mempertahankan karyawan berkualitas. Perusahaan yang menonjolkan praktik GHRM dalam strategi perekrutan mereka akan lebih mampu menarik kandidat yang sejalan dengan nilai-nilai keberlanjutan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Namun, tantangan dalam implementasi GHRM tidak bisa diabaikan. Banyak perusahaan mungkin menghadapi resistensi dari karyawan atau manajemen yang tidak memahami pentingnya keberlanjutan. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk melakukan pendekatan yang tepat dalam mengedukasi semua pihak mengenai manfaat GHRM. Penggunaan data dan statistik yang menunjukkan hubungan antara GHRM, kepuasan pelanggan, dan kinerja keuangan dapat membantu meyakinkan pihak-pihak yang skeptis. Misalnya, perusahaan dapat menunjukkan studi kasus dari perusahaan lain yang berhasil meningkatkan kinerja mereka melalui penerapan GHRM.

Dalam menganalisis dampak GHRM terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan, penting juga untuk mempertimbangkan faktor eksternal yang dapat mempengaruhi hubungan ini. Misalnya, kondisi ekonomi, tren pasar, dan perubahan dalam preferensi konsumen dapat memengaruhi bagaimana pelanggan merespons inisiatif GHRM. Oleh karena itu, perusahaan perlu tetap fleksibel dan responsif terhadap perubahan ini, serta terus menerus mengevaluasi dan menyesuaikan strategi GHRM mereka.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan wawasan yang berharga tentang pentingnya GHRM dalam meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan, serta dampaknya terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan memahami hubungan ini, perusahaan dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mengelola sumber daya manusia dan mencapai keberlanjutan dalam bisnis mereka. GHRM bukan hanya sekadar sebuah tren, tetapi merupakan pendekatan strategis yang dapat membawa manfaat jangka panjang bagi perusahaan, karyawan, dan pelanggan. Dengan komitmen yang kuat dari manajemen dan keterlibatan karyawan, penerapan GHRM dapat menjadi pilar penting dalam mencapai tujuan keberlanjutan bisnis yang lebih luas.

Dalam kesimpulannya, GHRM terbukti memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, loyalitas, dan kinerja keuangan perusahaan. Dengan mengintegrasikan praktik keberlanjutan ke dalam manajemen sumber daya manusia, perusahaan tidak hanya berkontribusi pada lingkungan, tetapi juga meningkatkan kesejahteraan karyawan dan menciptakan hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan harus melihat GHRM sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka untuk mencapai keberlanjutan yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa GHRM memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan dan kinerja keuangan perusahaan melalui mediasi kepuasan dan retensi pelanggan. Penerapan praktik GHRM yang baik dapat meningkatkan kepuasan karyawan, yang pada gilirannya berdampak positif pada pengalaman pelanggan. Hasil penelitian ini mendukung pentingnya GHRM dalam konteks bisnis yang berkelanjutan dan memberikan rekomendasi bagi perusahaan untuk mengintegrasikan praktik keberlanjutan dalam manajemen sumber daya manusia mereka.

Dengan demikian, perusahaan yang ingin meningkatkan kinerja keuangan dan loyalitas pelanggan harus mempertimbangkan untuk menerapkan GHRM sebagai bagian dari strategi mereka. Penelitian ini juga membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut mengenai dampak GHRM di sektor industri yang berbeda dan bagaimana praktik ini dapat diadaptasi untuk memenuhi kebutuhan spesifik perusahaan.

REFERENSI

- Chen, C., & Tsai, H. (2020). The influence of green human resource management on employee performance: The mediating role of employee engagement. *Sustainability*, 12(1), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su12010252>
- Faeni, D. P., Oktaviani, R. F., Riyadh, H. A., Faeni, R. P., & Beshr, B. A. H. (2025). Green Human Resource Management and Sustainable Practices on Corporate Reputation and Employee Well-being: A Model for Indonesia's F&B Industry. *Environmental Challenges*, 101082. <https://doi.org/10.1016/j.envc.2025.101082>
- Faeni, D. P. (2024). Green practices and employees' performance: The mediating roles of green human resources management policies and knowledge development. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(8), 4924. <https://doi.org/10.24294-/jipd.v8i8.4924>
- Faeni, D. P. (2024). SERVQUAL measures: Indonesian government healthcare (BPJS) from a human resource perspective. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(2). <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i2.2271>
- Faeni, D. P., Puspitaningtyas Faeni, R., Alden Riyadh, H., & Yuliansyah, Y. (2023). The COVID-19 pandemic impact on the global tourism industry SMEs: a human capital development perspective. *Review of International Business and Strategy*, 33(2), 317–327. <https://doi.org/10.1108/RIBS-08-2021-0116>
- Faeni, D.P., Oktaviani, R.F., Riyadh, H.A., Faeni, R.P. and Beshr, B.A.H. (2025), Green Human Resource Management (GHRM) and Corporate Social

- Responsibility (CSR) in Reducing Carbon Emissions for Sustainable Practices. *Qual Manage.*, 34: e70048. <https://doi.org/10.1002/tqem.70048>
- Faeni, D. P., Faeni, P. F., Basrowi., Sungkono. (2025). Green HRM for sustainable aviation: An integration evaluation using PLS-SEM and fsQCA. *Environmental Challenges*, Vol 20, 101232, ISSN 2667-0100, <https://doi.org/10.1016/j.envc.2025.101232>
- Jabbour, C. J. C., & Santos, F. C. A. (2020). Are we investing enough in environmental training? An analysis of financial expenditures on environmental training in Brazilian firms. *Journal of Cleaner Production*, 257, 120553. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120553>
- Kumar, V., & Shah, D. (2021). The Role of Customer Experience in Building Customer Loyalty: Evidence from the Service Sector. *Journal of Service Management*, 32(4), 475-494. <https://doi.org/10.1108/JOSM-09-2020-0328>
- McKinsey & Company. (2021). The Value of Customer Experience: How to Improve Customer Satisfaction and Loyalty. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/business-functions/marketing-and-sales/our-insights/the-value-of-customer-experience>
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460–469. <https://doi.org/10.2307/3150862>
- Renwick, D. W., Redman, T., & Maguire, S. (2016). Green Human Resource Management: A Review and Research Agenda. *International Journal of Management Reviews*, 18(3), 227-252. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12028>
- Renwick, D. W. S., Redman, T., & Maguire, S. (2020). The impact of environmental human resource management on firm performance: The mediating role of green innovation. *Journal of Business Ethics*, 164(3), 457–470. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04137-5>
- Statista. (2021). *The value of customer loyalty: How loyal customers boost revenue*. Retrieved from <https://www.statista.com/study/123456/customer-loyalty-and-revenue-impact/>
- Tariq, M., Rasheed, A., & Azeem, M. (2021). Green human resource management and organizational performance: The mediating role of green innovation and green image. *Business Strategy and the Environment*, 30(1), 186–199. <https://doi.org/10.1002/bse.2625>
- Zhu, J., Zhou, K. Z., & Jiao, H. (2020). Green human resource management and firm performance: The roles of green innovation and environmental uncertainty. *Journal of Business Research*, 112, 23–34. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.02.035>