

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TERHADAP KOMITMEN ORGANISASIONAL**  
(Studi pada PT. Patiware Plantation di Bengkayang Kalimantan Barat)

**Yuni Siswanti \***  
**Marlita Rahmadhani \*\***  
Fakultas Ekonomi UPN “Veteran” Yogyakarta  
[yuni\\_sis2@yahoo.co.id](mailto:yuni_sis2@yahoo.co.id)

**Abstract**

*The purpose of this study is to analysis : how CSR to employee , CSR to customer, and CSR to government affects the organizational commitment (multiple and partial effects). There are 93 respondents (fixed employees) in PT. Patiware Plantation, Bengkayang, Kalbar. Multiple regression analysis was used to examine H1, H2, H3, and H4. Multiple regression analysis showed that CSR to employee , CSR to customer, and CSR to government have significant affects the organizational commitment (H1 was supported). CSR to employee has not significant affects the organizational commitment (H2 was not supported), CSR to customer has significant affects the commitment organizational (H3 was supported). CSR to government has not affects the organizational commitment (H4 was not supported).*

*Key words: CSR to employee, CSR to customer, CSR to government, and organizational commitment*

**A. PENDAHULUAN**

**1. Latar Belakang Masalah**

Ketika memasuki era globalisasi seperti saat ini, masalah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (*Corporate Social Responsibility / CSR*) mulai disadari oleh pelaku bisnis sebagai kebutuhan hakiki korporasi agar bisa beertumbuh kembang secara berkelanjutan. Di samping itu, sejumlah literature menegaskan bahwa CSR harus terinternalisasi dalam nilai-nilai inti budaya

- Dosen
- Mahasiswa

organisasi, formulasi strategi dan praktik bisnis korporasi dari waktu ke waktu (Lako, 2008).

Dalam hal upaya organisasi untuk mengukir prestasi, perusahaan selalu dituntut memiliki reputasi dan citra yang kuat di mata masyarakat, CSR dipandang menjadi sebuah faktor yang penting untuk kesuksesan atau kegagalan organisasi (Worcester, 2009). Dalam perkembangannya, *stakeholder* menjadi skeptis dalam mengamati dan mempelajari alasan perusahaan untuk menjalankan CSR (Vlachos *et al.*, 2009). Melihat kondisi ini membuat para peneliti dan praktisi tergerak untuk mempelajari secara spesifik konsekuensi dan efek CSR (Maignan dan Ralston, 2002). Menurut perspektif *stakeholder*, CSR dapat menjadi pendorong untuk menyelesaikan kasus-kasus sulit, namun di sisi lain hal ini menimbulkan kesan sebagai sebuah praktik pemasaran dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan perusahaan secara tersirat dibanding menimbulkan efek sosial (Luo dan Bhattacharya, 2006). Meskipun konsep CSR telah banyak dikembangkan di negara-negara besar, tidak terkecuali juga di negara berkembang seperti Indonesia, tidak semua perusahaan memahami secara baik bentuk-bentuk CSR apa saja yang sebaiknya diimplementasikan (Turker, 2009).

Sebagian besar dari studi yang pernah dilakukan mengenai konsekuensi CSR, bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana CSR berdampak terhadap kinerja organisasi dan menyediakan bukti-bukti empiris dalam hal hubungannya dengan perilaku organisasi dengan reputasi, persaingan dan kelangsungan organisasi (Johnson, 2003; Porter dan Kramer, 2002; Snider

- Dosen
- Mahasiswa

*et al.*, 2003). Sementara itu studi-studi yang lain berupaya mengeksplorasi dampak aktivitas CSR terhadap kinerja keuangan (McGuire et al., 1988; Pava dan Krausz, 1996; Standwick dan stanwick, 1998). Sejumlah penelitian empiris yang berfokus pada CSR telah berkembang secara kontinyu mulai tahun 1980 an. Namun, hanya sedikit studi yang meneliti bagaimana CSR berpengaruh terhadap karyawan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh CSR terhadap komitmen organisasional karyawan.

Perusahaan sebagai sebuah sistem, dalam keberlanjutan dan keseimbangannya tidak bisa berdiri sendiri. Ada hubungan resiprokal (timbang balik) antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan dan masyarakat adalah pasangan hidup yang saling memberi dan membutuhkan. Perusahaan selain mengejar keuntungan ekonomi untuk kesejahteraan dirinya, juga memerlukan alam untuk sumber daya olahannya dan *stakeholders* lain untuk mencapai tujuannya.

Tanggungjawab sosial perusahaan adalah salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada msyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup (Lia Anantan, 2009). Penerapan Tanggungjawab sosial perusahaan oleh suatu perusahaan merupakan bentuk komitmen perusahaan berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan dengan tetap mengedepankan peningkatan kualitas hidup karyawan beserta keluarganya, komunitas lokal dan

- Dosen
- Mahasiswa

masyarakat luas yang nantinya akan diaplikasikan melalui strategi perusahaan, apakah berorientasi *stakeholders* atau berorientasi *shareholder*.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)*, definisi tanggungjawab sosial perusahaan adalah komitmen bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan para tenaga kerja perusahaan, keluarga para tenaga kerja dan masyarakat setempat (lokal) dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Tanggungjawab sosial perusahaan timbul sejak era dimana kesadaran akan *sustainability* perusahaan jangka panjang adalah lebih penting daripada sekedar *profitability*. Tanggungjawab sosial perusahaan adalah salah satu materi penting untuk menunjang keberhasilan perusahaan. Di Indonesia sendiri kegiatan Tanggungjawab sosial perusahaan baru dimulai beberapa tahun belakangan. Tuntutan masyarakat dan perkembangan demokrasi serta derasnya arus globalisasi dan pasar bebas, sehingga memunculkan kesadaran dari dunia industri tentang pentingnya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan .

Sekarang, konsep Tanggungjawab sosial perusahaan ini sudah dikenal dan dipraktikkan secara luas di dunia dan menjadi ciri baru perusahaan-perusahaan yang dapat dianggap sehat dan baik keberadaannya. Untuk menjamin kesinambungan kemajuan ekonomi, diperlukan hubungan yang saling mendukung antara faktor-faktor ekonomi, sosial, politik, dan bahkan budaya masyarakat yang menjadi pasar atau lingkungan kerja perusahaan yang bersangkutan.

- Dosen
- Mahasiswa

Istilah Tanggungjawab sosial perusahaan di Indonesia semakin populer digunakan sejak tahun 1990-an. Beberapa perusahaan sebenarnya telah lama melakukan CSA (*corporate social activity*) atau aktivitas sosial perusahaan. Walaupun tidak menamainya sebagai tanggungjawab sosial perusahaan, secara faktual aksinya mendekati konsep tanggungjawab sosial perusahaan yang merepresentasikan bentuk “peran serta” dan “kepedulian” perusahaan terhadap aspek sosial dan lingkungan sekitar perusahaan.

Kesadaran tentang pentingnya mempraktekkan tanggungjawab sosial perusahaan menjadi tren global seiring dengan maraknya masyarakat dunia terhadap produk-produk yang ramah lingkungan dan diproduksi dengan memperhatikan kaidah-kaidah social dan prinsip-prinsip hak asasi manusia (Lako, 2008). Artinya, tanggungjawab sosial perusahaan merupakan hal yang wajib bagi perusahaan baik yang bersifat nasional maupun multinasional, apalagi bagi perusahaan yang struktur kepemilikannya beragam.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar/relasi komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah bukan hanya sekedar kegiatan amal, di mana Tanggung jawab sosial perusahaan mengharuskan suatu perusahaan dalam pengambilan keputusannya agar dengan sungguh-sungguh memperhitungkan akibat terhadap seluruh pemangku kepentingan (*stakeholder*) perusahaan. Hal inilah yang diharapkan dari Undang-Undang No. 40 tahun

- Dosen
- Mahasiswa

2007 tentang Perseroan Terbatas dan mewajibkan perseroan yang bidang usahanya terkait dengan bidang sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan

Tanggung jawab sosial perusahaan dalam undang-undang tersebut (Pasal 1 ayat 3) dikenal dengan istilah tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diartikan sebagai komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

Pelaksanaan Tanggungjawab sosial perusahaan berhubungan dengan seberapa peduli pemimpin organisasi dan karyawan dalam mengikuti pelaksanaan CSR tersebut. Karena dapat dikatakan bahwa hubungan pemimpin dan karyawan terhadap Tanggungjawab sosial perusahaan merupakan suatu komitmen organisasi terhadap lingkungan internal maupun lingkungan sekitar. Komitmen organisasional terhadap tanggung jawab sosial perusahaan diimplementasikan karena adanya dorongan yang tulus dari dalam (*internal driver*). Organisasi harus menyadari bahwa tanggung jawabnya bukan lagi sekedar kegiatan ekonomi untuk menciptakan profit demi kelangsungan bisnisnya, melainkan juga tanggung jawab sosial terhadap kesepakatan-kesepakatan yang sudah dilakukan organisasi. Karena alasan inilah perlunya dilakukan penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap komitmen organisasional, khususnya di PT. Patiware Plantation di Bengkayang Kalimantan Barat.

## **2. Perumusan Masalah**

- Dosen
- Mahasiswa

- a. Apakah ada pengaruh positif dan signifikan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (CSR pada karyawan, CSR pada pelanggan, dan CSR pada pemerintah terhadap komitmen organisasional?
- b. Apakah ada pengaruh parsial dan signifikan pelaksanaan CSR pada karyawan di PT. Patiware Plantation?
- c. Apakah ada pengaruh parsial dan signifikan pelaksanaan CSR pada pelanggan di PT. Patiware Plantation?
- d. Apakah ada pengaruh parsial dan signifikan pelaksanaan CSR pada pemerintah di PT. Patiware Plantation?

### 3. Landasan Teori dan Studi Terdahulu

#### a. Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR)

Menurut Turker (2009), CSR adalah komitmen perusahaan/organisasi untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial dengan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, social dan lingkungan. Penelitian ini mengikuti konsep CSR secara spesifik yang dikemukakan oleh Lichtenstein *et al.*, (2004) yang mendefinisikan CSR sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi dari sebagian profit yang diperoleh bagi lingkungan di sekitarnya.

Pendekatan terhadap Tanggungjawab sosial perusahaan terpusat pada lima bagian luas (Tom Cannon,1998 dalam Turker, 2009) :

- 1) Tanggung jawab ekonomi, social, etika, dan moral dari perusahaan dan manajer.
- 2) Perlunya hukum legal dan ketaatan untuk bisnis dan praktik.
  - Dosen
  - Mahasiswa

- 3) Perusahaan dan lingkungan.
- 4) Tantangan dalam keadaan yang tidak menguntungkan secara ekonomis dan social.
- 5) Manajemen kegiatan Tanggungjawab sosial perusahaan pada bisnis.

Munculnya peraturan pemerintah yang mewajibkan perusahaan Perseroan Terbatas untuk melakukan tanggung jawab social, yaitu Undang-undang PT No. 40 Pasal 74 yang isinya mewajibkan pelaksanaan Tanggungjawab sosial perusahaan bagi perusahaan yang terkait langsung terhadap sumber daya alam yang menghasilkan limbah. Teori akuntabilitas menyatakan bahwa CSR tidak hanya sekedar aktivitas kedermauwqanan (*charity*) atau aktivitas saling mengasihi (*stewardship*) yang bersifat sukarela kepada sesama manusia seperti dipahami pelaku bisnis selama ini. Namun CSR harus dipahami sebagai kewajiban asasi korporasi (KAK) yang melekat dan menjadi ‘ruh’ yang menggerakkan kehidupan suatu bisnis (Lako, 2008). Ada banyak keuntungan bagi organisasi apabila menjalankan CSR secara berkelanjutan, yakni: meningkatnya akuntantabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen; meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi dan produktivitas karyawan; meningkatnya reputasi, *corporate branding*, *goodwill* (*intangible assets*) dan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Kotler dan Lee, 2005).

b. **CSR pada karyawan (X<sub>1</sub>)**

Tanggungj awab sosial perusahaan dapat dikatakan sebagai salah satu strategi organisasi untuk meningkatkan produktivitasnya. Dengan Tanggung jawab sosial, perusahaan akan menunjukkan peran karyawan dalam perwujudan kegiatan-kegiatan

- Dosen
- Mahasiswa



tanggungjawab sosial perusahaan. Dimana itu berkaitan dengan komitmen karyawan terhadap organisasi. Komitmen ini mengkomunikasikan sifat dan arah dari aktivitas sosial dan lingkungan, sehingga membantu pihak lain memahami bagaimana perilaku perusahaan dalam situasi-situasi tertentu. Dengan adanya Tanggung jawab sosial perusahaan, menjadi jelas bagi pihak-pihak lain mengenai apa yang bisa diharapkan dari perusahaan.

Karyawan merupakan asset berharga bagi perusahaan, sehingga tidak mengejutkan jika perusahaan sangat memperhatikan pengembangan kompetensi dan kesejahteraan karyawan. Perhatian terhadap kesejahteraan karyawan perlu diperluas bukan hanya dari sisi jaminan kesehatan dan keselamatan tetapi perlu adanya perluasan program –program yang mendukung kemajuan karyawan.

Menurut Turker (2009) indicator tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) pada karyawan sebagai berikut : memotivasi Karyawan, mendorong keterampilan dan karir karyawan, mengelola kebutuhan dan keinginan karyawan, menerapkan kebijakan untuk kesejahteraan karyawan, menentukan Keputusan manajeria secara adil, mendukung karyawan melanjutkan pendidikan.

### **c. CSR pada pelanggan (X<sub>2</sub>)**

Menurut Boone dan Kurtz (2002) pengertian Tanggungjawab sosial perusahaan secara umum adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan dan kesejahteraan masyarakat secara setara dalam mengevaluasi kinerja perusahaan.

Masyarakat merupakan komunitas utama perusahaan. Ketika mereka mendapatkan *benefit* dari keberadaan perusahaan, maka pasti dengan sendirinya

- Dosen
- Mahasiswa

mereka ikut merasa memiliki perusahaan. Sebagai imbalan yang diberikan ke perusahaan paling tidak adalah keleluasaan perusahaan untuk menjalankan roda bisnisnya di wilayah tersebut. Program Tanggungjawab sosial perusahaan diharapkan menjadi bagian dari asuransi sosial (*social insurance*) yang akan menghasilkan harmoni dan persepsi positif dari masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.

Menurut Turker (2009) implementasi tanggungjawab sosial perusahaan pada pelanggan meliputi : Melindungi hak konsumen, menyediakan informasi lengkap dan akurat tentang produk, perhatian terhadap kepuasan pelanggan.

#### d. **CSR pada pemerintah (X<sub>3</sub>)**

Perusahaan menitikberatkan kegiatan sosial yang dilakukan berdasarkan sistem yang diatur oleh pemerintah. Hal utama yang harus diperhatikan adalah bagaimana *stakeholder*, pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha dapat membuat regulasi atau ketentuan yang disepakati bersama untuk mengefektifkan program Tanggung jawab sosial perusahaan. Hal ini berarti diperlukan UU untuk mengatur CSR pada level makro seperti sasaran program Tanggung jawab sosial perusahaan, standar penilaian keberhasilan program, dan koordinasi dengan pihak terkait. Di waktu-waktu mendatang, sangat mungkin akan muncul tekanan publik yang lebih kuat agar DPR dan pemerintah menerbitkan regulasi-regulasi yang mengatur isu-isu krusial CSR yang belum diatur di UU PT 2007., misalnya regulasi mengenai kebebasan mengakses informasi CSR, penilaian dan pengungkapan dampak eksternalitas korporasi, perlindungan social dan konservasi lingkungan.

- Dosen
- Mahasiswa

Indikator Tanggung jawab sosial perusahaan pada pemerintah menurut Turker (2009) meliputi: :membayar pajak secara teratur dan berkelanjutan, memenuhi peraturan hukum sepenuhnya.

#### **e. Komitmen Organisasional**

Banyak peneliti yang telah menguji tentang konsep komitmen organisasional (Meyer & Allen, 1991; Mowday, Porter., & Steers, 1982 dalam Wayne, S. J., & Shore, L. M). Kemampuan untuk memberikan usaha didasarkan pada komitmen organisasional karyawan. Komitmen didefinisikan Mowday, Porter, dan Steers (1982) pada Brooke , Jr., Russlell, & Price, 1988 sebagai kekuatan relatif dari identifikasi individual, dan keterlibatan dalam organisasi tertentu. Karakteristiknya meliputi keyakinan dan penerimaan terhadap, dan keterlibatan dalam organisasi, kemauan memberikan usahanya untuk kepentingan organisasi, dan keinginan untuk memelihara keanggotaan dalam organisasi. Eisenberger *et al.* (1986) menyatakan bahwa arti kata komitmen dapat meliputi hubungan seseorang dengan individu lain, kelompok, atau organisasi.

Lebih lanjut, Allen dan Meyer *et al.* (1990) membagi komitmen organisasional menjadi tiga dimensi, yaitu: komitmen afektif, komitmen *continuance*, dan komitmen normatif. Pembagian tersebut dilakukan karena mereka memandang bahwa komitmen organisasional tidak dapat dipandang sebagai suatu konstruk yang utuh dengan beberapa dimensi yang terkandung di dalamnya. Karyawan tetap memiliki komitmen afektif kuat karena mereka ingin (*want*) melakukan sesuatu, komitmen *continuance* karena mereka perlu (*need*) melakukan sesuatu, dan

- Dosen
- Mahasiswa

komitmen normatif karena mereka merasa ada sesuatu yang seharusnya (*ought/should*) mereka lakukan.

Pengertian ketiga dimensi komitmen organisasional adalah sebagai berikut:

- a. *Affective commitment* (komitmen afektif), yaitu keinginan tinggal dalam organisasi karena ada kesesuaian nilai antara organisasi dengan pekerja (Allen, N. J., & Meyer, J. P, 1984).
- b. *Continuance Commitment* (komitmen *continuance*), berkaitan dengan investasi (misalnya tenaga, pikiran, waktu) yang telah dikeluarkan pekerja di organisasi, yang akan hilang jika mereka meninggalkan organisasi. Mereka tetap tinggal karena tidak mau kehilangan *reward* atau timbal balik sosial yang harus mereka terima dari organisasi atas usaha yang telah mereka berikan, misal; tidak mau kehilangan pensiun) (Allen, N. J., & Meyer, J. P, 1984; Wayne, S. J., & Shore, L. M, 1997).
- c. Komitmen normatif merupakan komitmen yang dimiliki oleh seorang karyawan karena ia merasa berkewajiban mengabdikan kepada organisasinya. Karyawan memiliki loyalitas atas manfaat pelatihan dan pendidikan yang telah mereka terima dari organisasinya. Loyalitas karyawan dinyatakan dengan cara tetap bekerja pada organisasinya (Wulani, 2001). Wykes (1989) menyatakan bahwa komitmen normatif merupakan suatu perasaan tanggung jawab yang tinggi dari seseorang untuk tetap bekerja pada suatu organisasi.

Hasil penelitian empiris Peterson (2004) menemukan bahwa ada keterkaitan antara CSR dengan komitmen organisasional karyawan. Sedangkan dalam penelitian Brammer *et al.* (2005) yang menguji pengaruh perilaku sosial yang bertanggung jawab, dihasilkan bahwa CSR berhubungan positif dengan komitmen organisasional.

- Dosen
- Mahasiswa

Hasil studi-studi sebelumnya (Welsch dan LaVan, 1981; Reichers, 1986; Wiener, 1982) menunjukkan bahwa CSR berhubungan erat dengan komitmen organisasional, iklim organisasi, lingkungan kerja fisik dan non fisik. Jika karyawan mendukung perusahaannya melakukan tanggung jawab sosial di samping mencapai profit maksimum, ia akan memiliki komitmen tinggi terhadap organisasi.

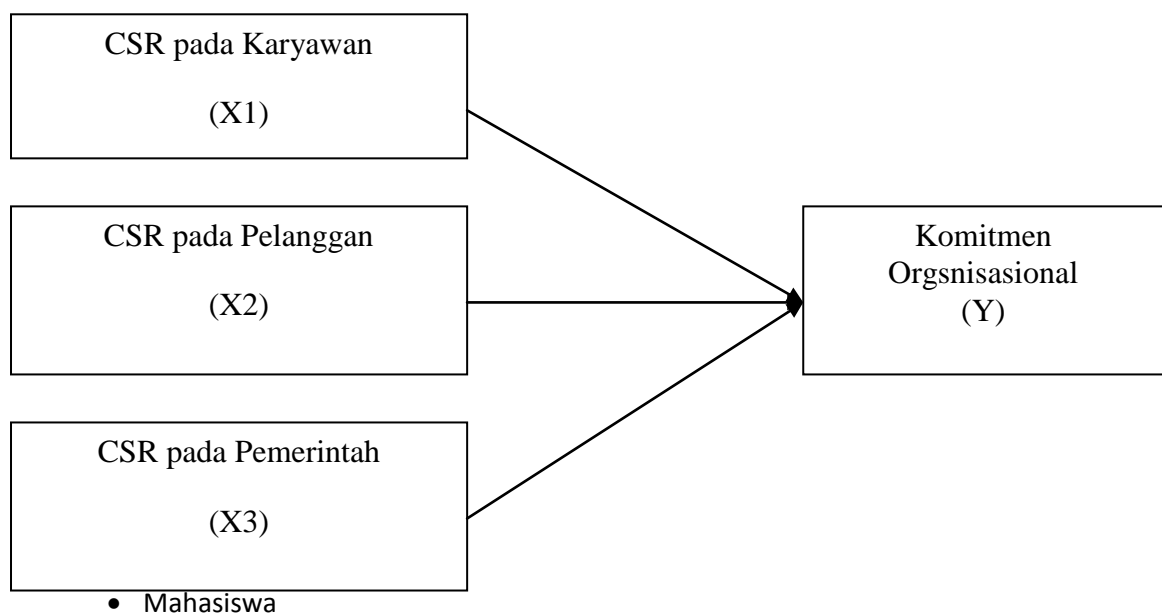
Hipotesis 1 : Ada pengaruh positif dan signifikan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (CSR pada pelanggan, CSR pada karyawan, dan CSR pada pemerintah terhadap komitmen organisasional

Hipotesis 2: Ada pengaruh parsial dan signifikan CSR pada karyawan terhadap komitmen organisasional.

Hipotesis 3: Ada pengaruh parsial dan signifikan CSR pada pelanggan terhadap komitmen organisasional.

Hipotesis 4: Ada pengaruh parsial dan signifikan CSR pada pemerintah terhadap komitmen organisasional.

#### f. Model Penelitian



## **B. METODE PENELITIAN**

### **1. Desain Penelitian**

Berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian hipotesis (*Hypothesis testing*) (Sekaran, 2000). Sedangkan menurut tipenya, penelitian ini bertujuan membangun *causal relationship*. Sedangkan berdasar unit of analysis, penelitian ini termasuk individual, karena ditunjukkan kepada setiap karyawan dalam sebuah organisasi.

### **2. Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan tetap PT. Patiware Plantation di Bengkayang, Klimantan Barat.

Metode penelitian yang digunakan adalah sensus, dimana seluruh populasi sekaligus menjadi sampel. Populasi dalam penelitian berjumlah 93 orang.

### **3. Metoda Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan dengan pengamatan (*observation*) dan wawancara (*interview*) dengan kuesioner. Wawancara dilakukan dengan pihak manajemen perusahaan dan seluruh karyawan

### **4. Variabel Penelitian**

#### **a. Variabel Independen**

Variabel independen dalam penelitian ini (*Corporate Social Responsibility /* CSR pada karyawan, CSR pada pelanggan, dan CSR pada pemerintah.

#### **c. Variabel Dependen**

- Dosen
- Mahasiswa

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah komitmen organisasional.

## 5. Pengukuran Variabel

- a. CSR sebagai variabel independen (CSR pada karyawan, CSR pada pelanggan, dan CSR pada pemerintah), diukur dengan mengadopsi 17 item kuesioner versi Turker (2006).
- b. Komitmen Organisasional sebagai variabel dependen diukur dengan instrumen yang dikembangkan oleh Allen dan Mayer (1990) yang terdiri dari
  - 1). Komitmen afektif diukur dengan *Afectif Commitment Scale* (ACS).
  - 2). Komitmen *continuance* diukur dengan *Continuance Commitment Scale* (CCS).
  - 3). Komitmen normatif diukur dengan *Normative Commitment Scale* (NCS).

## 6. Metoda Analisis

Presedur analisis data yang akan digunakan adalah :

### a. Uji Validitas dan reliabilitas

Uji validitas ini menggunakan analisis *Pearson Product Moment correlation*. Hasil uji validitas menunjukkan (dengan melakukan interpolasi pada df antara 50-100), maka ditemukan pada df 91 angka r kritis adalah 0,1374) angka *corrected item-to total correlation* lebih besar dari angka r kritis, maka item tersebut valid. Ada 3 item yang tidak valid, yakni Item X1.1, item X2.3 dan item Y23, jadi perlu dibuang dan tidak dimasukkan ke dalam olah data selanjutnya.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh konsistensi alat ukur dalam memberikan hasil pengukuran, alat uji yang digunakan adalah

- Dosen
- Mahasiswa

dengan koefisien *Cronbach Alpha*. Semakin mendekati 1,0 maka semakin tinggi konsistensi jawaban skor butir-butir pertanyaan atau makin dapat dipercaya. Reliabilitas yang kurang dari 0,6 adalah kurang baik; 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (Sekaran, 2000). Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel X1, X2, X3, dan Y reliabel, karena koefisien Cronbach's Alpha di atas 0,5. (X1 = 0,618; X2=0,605; X3= 0,705; dan Y = 0,752).

### b. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis 1 digunakan analisis regresi linier berganda, dengan pernyataan sederhana persamaan berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Yang mana:

Y = Komitmen Organisasional (Variabel dependen)

a = *intercept*

b = *koefisien variabel independen*

X<sub>1</sub> = CSR pada karyawan

X<sub>2</sub> = CSR pada pelanggan

X<sub>3</sub> = CSR pada pemerintah

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Diskriptif Responden

#### a. Berdasarkan Umur Responden

Tabel 1

**Kasifikasi Responden Berdasarkan Umur**

| No | Umur | Jumlah | Persentase |
|----|------|--------|------------|
|----|------|--------|------------|

- Dosen
- Mahasiswa



|       |                   |     |        |
|-------|-------------------|-----|--------|
| 1     | 21 thn s/d 25 thn | 17  | 18,3%  |
| 2     | 26 thn s/d 30 thn | 19  | 20,4%  |
| 3     | 31 thn s/d 35 thn | 23  | 24,7%  |
|       | 36 thn s/d 40 thn | 14  | 15,1%  |
|       | > 40 thn          | 20  | 21,5%  |
| Total |                   | 100 | 100,0% |

Sumber : Data Primer, Diolah, 2012.

b. Berdasarkan Jenis Kelamin Responden

**Tabel 2**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No    | Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|-------|---------------|--------|------------|
| 1     | Pria          | 76     | 81,7%      |
| 2     | Wanita        | 17     | 18,3%      |
| Total |               | 93     | 100,0%     |

Sumber : Data Primer Diolah, 2012.

b. Berdasarkan Tingkat Pendidikan Responden

Berdasarkan tingkat pendidikan, maka responden dalam penelitian ini diklasifikasikan sebagai berikut :

**Tabel 3**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

| No | Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|----|------------|--------|------------|
|----|------------|--------|------------|

- Dosen
- Mahasiswa

|       |         |    |        |
|-------|---------|----|--------|
| 1     | Diploma | 15 | 16,1%  |
| 2     | Sarjana | 20 | 21,5%  |
| 3     | SMA     | 58 | 62,4%  |
| Total |         | 93 | 100,0% |

Sumber : Data Primer Diolah, 2012.

c. Berdasarkan Masa Kerja Responden

**Tabel 4**  
**Klasifikasi Responden Berdasarkan Masa Kerja**

| No    | Masa Kerja     | Jumlah | Persentase |
|-------|----------------|--------|------------|
| 1     | 1 tahun        | 12     | 12,9%      |
| 2     | 1 s/d 5 tahun  | 55     | 59,1%      |
| 3     | 6 s/d 10 tahun | 26     | 28,0%      |
| Total |                | 93     | 100,0%     |

Sumber : Data Primer Diolah, 2012.

## 2. Analisis Kuantitatif

### a. Analisis Regresi Linier Berganda Berganda

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda. Analisis ini digunakan untuk menguji hipotesis. Berikut ini tabel hasil Regresi Linier Berganda metode OLS (*Ordinary Least Square*) untuk menguji Pengaruh Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Karyawan, Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Pelanggan, dan Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada

- Dosen
- Mahasiswa

Pemerintah terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar:

**Tabel 5**  
**Regresi Linier Berganda Metode OLS**

| Variabel                          | Koefisien Regresi | Standart Error | t-hitung | Probabilitas |
|-----------------------------------|-------------------|----------------|----------|--------------|
| <b>Konstanta</b>                  | 2,606             | 0,364          | 7,164    | 0,000        |
| X <sub>1</sub>                    | 0,140             | 0,079          | 1,781    | 0,078        |
| X <sub>2</sub>                    | 0,117             | 0,055          | 2,139    | 0,035        |
| X <sub>3</sub>                    | 0,034             | 0,060          | 0,560    | 0,577        |
| R <sup>2</sup> : 0,118            |                   |                |          |              |
| Adjusted R <sup>2</sup> : 0,088   |                   |                |          |              |
| F-statistik : 3,958, sig = 0,000. |                   |                |          |              |
| N : 93                            |                   |                |          |              |

Sumber : Regresi Linier Berganda Metode OLS, 2012.

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program statistik komputer *SPSS for Windows Release 13.00* diperoleh hasil persamaan Regresi Linier Berganda sebagai berikut :

$$Y = 2,606 + 0,140X_1 + 0,117X_2 + 0,034X_3$$

**1). Hasil Uji hipotesis 1:**

Diperoleh nilai probabilitas F<sub>-hitung</sub> (0,011) < *Level of Significant* (0,05), maka Ho tidak didukung atau Ha didukung, artinya ada pengaruh secara serentak variabel

- Dosen
- Mahasiswa

Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Karyawan ( $X_1$ ), Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Pelanggan ( $X_2$ ), dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Pemerintah ( $X_3$ ) terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar (Y), **maka hipotesis 1 didukung.**

## 2). Hasil Uji H2 , H3 dan H4

a. Pengujian Pengaruh variabel Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Karyawan terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalimantan Barat.

1) Dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dan hasil perhitungan Regresi Linier Berganda diperoleh nilai  $t_{\text{statistik}} = 1,781$  dengan probabilitas-statistik = 0,078.

2) Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai probabilitas-statistik = 0,078 < *Level of Significant* = 0,05, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan antara Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Karyawan terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar, maka hipotesis 2 **tidak didukung.**

b. Pengujian Pengaruh Variabel Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Pelanggan terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar.

1) Dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dan hasil perhitungan Regresi Linier Berganda diperoleh nilai  $t_{\text{statistik}} = 2,139$  dengan probabilitas-statistik = 0,035

- Dosen
- Mahasiswa

2) Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai probabilitas-statistik = 0,035 < *Level of Significant* = 0,05, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Pelanggan terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar, maka **hipotesis 3 didukung**.

c. Pengujian Pengaruh Variabel Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Pemerintah terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar.

1) Dengan taraf nyata ( $\alpha$ ) = 5% = 0,05 dan hasil perhitungan Regresi Linier Berganda diperoleh nilai  $t_{\text{statistik}} = 0,560$  dengan probabilitas-statistik = 0,577.

2) Berdasarkan hasil olah data diperoleh nilai probabilitas-statistik = 0,577 > *Level of Significant* = 0,05, maka disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Pemerintah terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar, maka **hipotesis 4 tidak didukung**.

### 3). $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Hasil dari regresi dengan metode OLS (*Ordinary Least Square*) diperoleh  $R^2$  (Koefisien Determinasi) sebesar 0,118 artinya variabel dependen (Y) dalam model yaitu Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar dijelaskan oleh variabel independen yaitu Pengaruh Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Karyawan, Tanggung jawab Sosial

- Dosen
- Mahasiswa

Perusahaan pada Pelanggan, dan Tanggung jawab Sosial Perusahaan pada Pemerintah sebesar 11,8%, sedangkan sisanya sebesar 88,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model.

#### **E. Pembahasan :**

Hasil uji hipotesis dengan analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa CSR pada Karyawan terhadap Komitmen Organisasional di PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar tidak berpengaruh signifikan (nilai probabilitas-statistik =  $0,078 < Level\ of\ Significant = 0,1$ ). Hasil ini bertolak belakang dengan riset Tucker (2009) yang mengambil populasi pada 300 profesional dari perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur dan pertanian di Turki.

Hasil riset yang tidak mendukung riset sebelumnya ini menunjukkan bahwa dengan *setting* dan latar belakang responden yang berbeda, bisa jadi menghasilkan sesuatu yang berbeda. Di penelitian sebelumnya, responden diambil dari para profesional industri manufaktur dan pertanian, sedangkan dalam riset sekarang, responden diambil dari karyawan tetap di semua departemen/bagian di PT. Patiware Plantation, Bengkayang yang bergerak di bidang pengolahan kelapa sawit.

Persepsi dari para profesional dengan pegawai biasa, mengenai peran CSR pada karyawan dengan komitmen yang mereka miliki jelas berbeda. Para profesional biasanya berfikir bagaimana menjadi profesional yang handal yang mampu menciptakan nilai lebih dari CSR yang dilakukan oleh perusahaan untuknya, bukan sekedar apa yang dapat mereka rasakan dari CSR yang dilakukan perusahaan untuk mereka. Nilai lebih yang diharapkan para profesional dapat berupa:

- Dosen
- Mahasiswa

## **1. Menguasai pekerjaan**

Seseorang layak disebut professional apabila ia tahu betul apa yang harus ia kerjakan. Pengetahuan terhadap pekerjaannya ini harus dapat dibuktikan dengan hasil yang dicapai. Dengan kata lain, seorang professional tidak hanya pandai memainkan kata-kata secara teoritis, tapi juga harus mampu mempraktekkannya dalam kehidupan nyata. Ia memakai ukuran-ukuran yang jelas, apakah yang dikerjakannya itu berhasil atau tidak. Untuk menilai apakah seseorang menguasai pekerjaannya, dapat dilihat dari tiga hal yang pokok, yaitu bagaimana ia bekerja, bagaimana ia mengatasi persoalan, dan bagaimana ia akan menguasai hasil kerjanya. Seseorang yang menguasai pekerjaan akan tahu betul seluk beluk dan liku-liku pekerjaannya. Artinya, apa yang dikerjakannya tidak cuma setengah-setengah, tapi ia memang benar-benar mengerti apa yang ia kerjakan. Dengan begitu, maka seorang profesional akan menjadikan dirinya sebagai *problem solver* (pemecah persoalan), bukannya jadi *trouble maker* (pencipta masalah) bagi pekerjaannya.

## **2. Mempunyai loyalitas yang lebih**

Loyalitas bagi seorang profesional memberikan petunjuk bahwa dalam melakukan pekerjaannya, ia bersikap total. Artinya, apapun yang ia kerjakan didasari oleh rasa cinta. Seorang professional memiliki suatu prinsip hidup bahwa apa yang dikerjakannya bukanlah suatu beban, tapi merupakan panggilan hidup. Maka, tak berlebihan bila mereka bekerja sungguh-sungguh.

Loyalitas bagi seorang profesional akan memberikan daya dan kekuatan untuk berkembang dan selalu mencari hal-hal yang terbaik bagi pekerjaannya. Bagi seorang profesional, loyalitas ini akan menggerakkan dirinya untuk dapat melakukan apa saja

- Dosen
- Mahasiswa

tanpa menunggu perintah. Dengan adanya loyalitas seorang professional akan selalu berpikir proaktif, yaitu selalu melakukan usaha-usaha antisipasi agar hal-hal yang fatal tidak terjadi.

### **3. Mempunyai integritas**

Nilai-nilai kejujuran, kebenaran, dan keadilan harus benar-benar jadi prinsip dasar bagi seorang profesional. Karena dengan integritas yang tinggi, seorang profesional akan mampu membentuk kehidupan moral yang baik. Maka, tidaklah berlebihan apabila dikatakan bahwa seorang professional tak cukup hanya cerdas dan pintar, tapi juga sisi mental. Segi mental seorang professional ini juga akan sekaligus menentukan kualitas hidupnya. Integritas yang dipunyai oleh seorang professional akan membawa kepada kesadaran diri bahwa dalam melakukan suatu pekerjaan, hati nurani harus tetap menjadi dasar dan arah untuk mewujudkan tujuannya. Karena tanpa mempunyai integritas yang tinggi, maka seorang professional hanya akan terombang-ambing oleh perubahan situasi dan kondisi yang setiap saat bisa terjadi. Di sinilah integritas seorang professional diuji, yaitu sejauh mana ia tetap mempunyai prinsip untuk dapat bertahan dalam situasi yang tidak menentu.

### **4. Mampu bekerja sama dengan beragam orang lain**

Seorang profesional tetaplah manusia biasa yang mempunyai keterbatasan dan kelemahan. Maka, dalam mewujudkan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, seorang professional tidak dapat begitu saja mengandalkan kekuatannya sendiri. Sehebat-hebatnya seorang profesional, pasti tetap membutuhkan kehadiran orang lain untuk mengembangkan hidupnya. Di sinilah seorang professional harus mampu menjalin kerja sama dengan berbagai pihak. Dalam hal ini, tak benar bila jalinan kerja sama

- Dosen
- Mahasiswa



hanya ditujukan untuk orang-orang tertentu. Seorang profesional tidak akan pernah memilih-milih dengan siapa ia akan bekerja sama.

Seorang profesional akan membuka dirinya lebar-lebar untuk mau menerima siapa saja yang ingin bekerja sama. Maka tak mengherankan bila disebut bahwa seorang profesional siap memberikan dirinya bagi siapa pun tanpa pandang bulu. Untuk dapat mewujudkan hal ini, maka dalam diri seorang profesional harus ada kemauan menganggap sama setiap orang yang ditemuinya, baik di lingkungan pekerjaan, sosial, maupun lingkungan yang lebih luas.

Seorang profesional tidak akan merasa canggung atau turun harga diri bila ia harus bekerja sama dengan orang-orang yang mungkin secara status lebih rendah darinya. Seorang profesional akan bangga bila setiap orang yang mengenalnya, baik langsung maupun tidak langsung, memberikan pengakuan bahwa ia memang seorang profesional. Hal ini bisa dicapai apabila ia mampu mengembangkan dan meluaskan hubungan kerja sama dengan siapa pun, di mana pun, dan kapan pun.

## **5. Mempunyai Visi**

Seorang profesional harus mempunyai visi atau pandangan yang jelas akan masa depan. Karena dengan adanya visi tersebut, maka ia akan memiliki dasar dan landasan yang kuat untuk mengarahkan pikiran, sikap, dan perilakunya. Dengan mempunyai visi yang jelas, maka seorang profesional akan memiliki rasa tanggung jawab yang besar, karena apa yang dilakukannya sudah dipikirkan masak-masak, sehingga ia sudah mempertimbangkan resiko apa yang akan diterimanya.

Dengan adanya visi yang jelas, seorang profesional akan dengan mudah memfokuskan terhadap apa yang ia pikirkan, lakukan, dan ia kerjakan.

- Dosen
- Mahasiswa

Visi yang jelas juga memacunya menghasilkan prestasi yang maksimal, sekaligus ukuran yang jelas mengenai keberhasilan dan kegagalan yang ia capai. Jika gagal, ia tidak akan mencari kambing hitam, tapi secara dewasa mengambil alih sebagai tanggung jawab pribadi dan profesinya.

## **6. Mempunyai kebanggaan**

Seorang profesional harus mempunyai kebanggaan terhadap profesinya. Apapun profesi atau jabatannya, seorang profesional harus mempunyai penghargaan yang setinggi-tingginya terhadap profesi tersebut. Karena dengan rasa bangga tersebut, ia akan mempunyai rasa cinta terhadap profesinya.

Dengan rasa cintanya, ia akan mempunyai komitmen yang tinggi terhadap apa yang dilakukannya. Komitmen yang didasari oleh munculnya rasa bangga terhadap profesi dan jabatannya akan menggerakkan seorang profesional untuk mencari dan hal-hal yang lebih baik, dan senantiasa memberikan kontribusi yang besar terhadap apa yang ia lakukan.

## **7. Mempunyai komitmen**

Seorang profesional harus memiliki komitmen tinggi untuk tetap menjaga profesionalismenya. Artinya, seorang profesional tidak akan begitu mudah tergoda oleh bujuk rayu yang akan menghancurkan nilai-nilai profesi. Dengan komitmen yang dimilikinya, seorang akan tetap memegang teguh nilai-nilai profesionalisme yang ia yakini kebenarannya.

Seseorang tidak akan mengorbankan idealismenya sebagai seorang profesional hanya disebabkan oleh hasutan harta, pangkat dan jabatan. Bahkan bisa jadi, bagi seorang

- Dosen
- Mahasiswa

profesional, lebih baik mengorbankan harta, jabatan, pangkat asalkan nilai-nilai yang ada dalam profesinya tidak hilang.

Untuk membentuk komitmen yang tinggi ini dibutuhkan konsistensi dalam mempertahankan nilai-nilai profesionalisme. Tanpa adanya konsistensi atau keajekan, seseorang sulit menjadikan dirinya sebagai profesional, karena hanya akan dimainkan oleh perubahan-perubahan yang terjadi.

### **8. Mempunyai Motivasi**

Dalam situasi dan kondisi apa pun, seorang professional tetap harus bersemangat dalam melakukan apa yang menjadi tanggung jawabnya. Artinya, seburuk apa pun kondisi dan situasinya, ia harus mampu memotivasi dirinya sendiri untuk tetap dapat mewujudkan hasil yang maksimal.

Dapat dikatakan bahwa seorang professional harus mampu menjadi *motivator* bagi dirinya sendiri. Dengan menjadi *motivator* bagi dirinya sendiri, seorang professional dapat membangkitkan kelesuan-kelesuan yang disebabkan oleh situasi dan kondisi yang ia hadapi. Ia mengerti, kapan dan di saat-saat seperti apa ia harus memberikan motivasi untuk dirinya sendiri.

Dengan memiliki motivasi tersebut, seorang professional akan tangguh dan mantap dalam menghadapi segala kesulitan yang dihadapinya. Ia tidak mudah menyerah kalah dan selalu akan menghadapi setiap persoalan dengan optimis. Motivasi membantu seorang professional mempunyai harapan terhadap setiap waktu yang ia lalui, sehingga dalam dirinya tidak ada ketakutan dan keraguan untuk melangkahkan kakinya. (Calvin Bruce dalam **careerjournal.com**).

- Dosen
- Mahasiswa

Hasil analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Tanggungjawab Sosial Perusahaan (CSR) pada Pelanggan terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar (nilai probabilitas-statistik = 0,035 < *Level of Significant* = 0,05). Hasil riset ini mendukung penelitian Turker , 2009; Welsch dan LaVan, 1981; Reichers, 1986; Wiener, 1982) yang menunjukkan bahwa CSR berhubungan erat dengan komitmen organisasional Hal ini dapat diartikan, jika Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Pelanggan meningkat, yang diwujudkan dalam bentuk : perusahaan melindungi hak-hak konsumen diluar persyaratan hukum, perusahaan menyediakan informasi lengkap dan akurat tentang produk kepada pelanggan, perusahaan memiliki prinsip bahwa kepuasan pelanggan adalah sangat penting untuk perusahaan, maka Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar akan mengalami peningkatan.

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Pemerintah terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar (nilai probabilitas-statistik = 0,577 > *Level of Significant* = 0,05). Hal ini dapat diartikan, jika Tanggungjawab Sosial Perusahaan pada Pemerintah meningkat dalam arti bahwa perusahaan kami selalu membayar pajaknya secara teratur dan berkelanjutan dan perusahaan memenuhi peraturan hukum sepenuhnya dan segera, maka tidak akan berpengaruh terhadap Komitmen Organisasional pada PT Patiware Plantation di Bengkayang, Kalbar. Hasil riset ini mendukung riset Turker (2009) bahwa CSR pada pemerintah tidak signifikan berpengaruh terhadap komitmen

- Dosen
- Mahasiswa

organisasional. Menurut analisis peneliti, hal ini terjadi karena PT. Patiware Plantation yang bergerak di bidang industri pengolahan kelapa sawit, melakukan aktivitas CSR pada pemerintah semata-mata mengikuti aturan pemerintah sesuai dengan UU tentang Perseroan Terbatas No 40 untuk melakukan tanggung jawab sosial, misalnya membayar pajak, membayar distribusi, memenuhi deregulasi dan sebagainya, sehingga tidak berkaitan langsung dengan komitmen organisasional karyawan. Ketika perusahaan membayar kewajibannya kepada pemerintah maupun sebaliknya tidak memenuhi kewajibannya kepada pemerintah sebagai pengusaha, tidak berpengaruh langsung pada rasa memiliki individu terhadap organisasi.

## **F. Penutup**

### **1. Kesimpulan**

- a. Hasil uji hipotesis 1 yang menyatakan ada pengaruh positif dan signifikan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) (CSR pada pelanggan, CSR pada karyawan, dan CSR pada pemerintah) terhadap komitmen organisasional, tidak terdukung.
  - b. Hasil uji hipotesis 2 yang menyatakan ada pengaruh parsial dan signifikan CSR pada karyawan terhadap komitmen organisasional, terdukung.
  - c. Hasil uji hipotesis 3 yang menyatakan ada pengaruh parsial dan signifikan CSR pada pelanggan terhadap komitmen organisasional, terdukung.
- Dosen
  - Mahasiswa

- d. Hasil uji hipotesis 4 yang menyatakan ada pengaruh parsial dan signifikan CSR pada pemerintah terhadap komitmen organisasional, tidak terdukung.

## 2. Rekomendasi

- a. Penelitian ini mengambil objek pada satu perusahaan saja, sehingga masih dibutuhkan perluasan objek pada penelitian selanjutnya, agar dapat diketahui apakah dengan objek yang berbeda akan dihasilkan hasil riset yang sama atau sebaliknya.
- b. Penelitian ini mengambil data cross sectional, artinya data diambil pada satu kesempatan saja. Hasil riset akan jauh lebih baik apabila dilakukan secara time series, karena hasilnya diharapkan konsisten (apabila responden sama, dengan pengambilan data dilakukan beberapa kali).
- c. Penelitian ini belum memasukkan variabel CSR pada masyarakat, padahal di masa saat ini, setiap perusahaan dituntut untuk melaksanakan program CSR kepada masyarakat, terutama di lingkungan sekitar. Pada penelitian selanjutnya, sebaiknya memasukkan variabel CSR pada masyarakat, karena akan berdampak positif bagi perusahaan. Ada dua keuntungan yang diperoleh perusahaan jika CSR dilakukan untuk masyarakat sekitar, yakni: rendahnya gangguan dari masyarakat sehingga mengurangi biaya sosial (*social cost*), dan tumbuhnya rasa memiliki masyarakat terhadap perusahaan (*sense of belonging*).

- Dosen
- Mahasiswa

## DAFTAR PUSTAKA

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. 1990. The measurement and antecedent of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63: 1 – 8.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. 1993. Organizational commitment: Evidence of career stage effects? *Journal Business Research*, 26: 49-61.
- Arendt, Malte., and Brettel, Malte. 2010. Understanding the influence of corporate social responsibility on corporate identity, image, and firm performance. *Management Decision*, Vol. 48 (10): 1469-1492.
- Balmer, J. M. T. 2009. Corporate marketing: apocalypse, advent and epiphany. *Management Decision*, Vol. 47: 544 – 572.
- Bhattacharya, C.B., Korschun, D., and Sen, S. 2009. Strengthening stakeholder company relationships through mutually beneficial corporate social responsibility initiatives. *Journal of Business Ethics*, Vol. 85: 257-272.
- Brammer, S., A. Millington and B. Rayton. 2005. The Contribution of Corporate of Social Responsibility to Organizational Commitment. Working Paper , University of Bath, UK.
- Brooke, P. P., Jr., Russell, D. W., & Price, J. L. 1998. Discriminate validation of measures of job satisfaction, job involvement, and organizational commitment. *Journal of Applied Psychology*, 73 (2): 139 – 145.
- Burke, L., and J. M. Logsdon. 1996. How Corporate Social responsibility Pays Off. *Long Range Planning*, Vol. 29 (4): 495-502.
- Calvin, Bruce. Apakah Anda Seorang Profesional? Mengukur Profesionalisme. Diunduh dari [careerjournal.com](http://careerjournal.com) pada Selasa, 17 April 2012.
- Cropanzano, R., Howes, J. C., Grandey, A. A., & Toth, P. 1997. The relationship of organizational politics and support to work behaviors, attitudes, and stress. *Journal of Organizational Behavior*, 18: 159 – 180.
- Dessler, G. 2000. *Human Resource Management*, 9<sup>th</sup> edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. 1986. Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71 (3): 500 – 507.
- Dosen
  - Mahasiswa

- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H., Jr. 1997. *Organizations Behavior, structure, Processes*. Boston, USA: Irwin – Burr Ridge.
- Gomez – Mejia, L. R., Balkin, D. B., & Cardy. R. L. 1995. *Managing Human Resources* New Jersey, USA: Prentice – Hall.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. 1997. *Behavior in organizations: Understanding and managing the human side of work*. New Jersey, USA: Prentice – Hall International, INC.
- Johnson, H. H. 2003. Does It Pay to be Good? Social Responsibility and Financial Performane. *Business Horizons*, Vol. 46: 34-40.
- Kotler, P. ; & Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. John Wiley & Sons, New Jersey.
- Lako, andreas. 2008. Kewajiban CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis dan Akuntansi. *Usahawan* No. 06 TH XXXVII.
- Lichtenstein, D.R., Drumwright, M.E., and Braig, M. M. 200. The effect of corporate social responsibility on customer donations to corporate-supportive nonprofits. *Journal of Marketing*, Vol. 68: 16-32.
- Luo, X., and Bhattacharya, C. B. 2006. Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of Marketing*, Vol. 70: 1-18.
- Maignan, I., and Ralston, D. A. 2002. Corporate social responsibility in Europe and the US: insights from business benefit. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27: 455-469.
- McGuire, J. B., A. Sundgren and T. Schnrrweiss. 1988. Corporate Social responsibility and Firm Financial Performane. *Academy of Management Journal*, Vol. 31 (4): 854 -872.
- Meyer, J. P., Allen, N. J., & Smith, C. A. 1993. Commitment to organizations and occupations : Extension and test of a three – component conceptualization. *Journal of applied psychology*, 78 (4): 538 – 551.
- Meyer, J. P., Allen, N. J. 1993. Organizational commitment: evidence of career stage effects? *Journal of Business Research*, 26: 49 – 61.

- Dosen
- Mahasiswa



- Mowday, R. T., R. M. Steers and L. W. Porter. 1979. The Measurement of Organizational Commitment. *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 14:224-247.
- Mowday, R. T., L. W. Porter and R. M. Steers. 1982. *Employee Organization Linkages: The Psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover* (Academic Press, New York).
- Pava, M. L., and J. Krausz. 1996. The Association Between Corporate Social – Responsibility and Financial Performane: The Paradox of Social Cost. *Journal of Business Ethics*, Vol. 15 (3): 321-357.
- Peterson, D. K. 2004. The Relationship Beetween Perception of Corporate Citizenship and Organizational Commitment. *Business and Society*, Vol. 43 (3): 296-319.
- Porter, M. E., and Kramer, M. R. 2002. Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, Vol. 84: No. 12: 78-92.
- Randall, M. L., Cropanzano, R., Bormann, C. A., & Birjulin, A. 1999. Organizational politics and organizational support as a predictor of work attitudes, job performance, and organizational Citizenship Behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 20 : 159 – 174.
- Reichers, A, E. 1986. Conflict and Organizational Commitments. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 71(2): 508-514.
- Sekaran, U. 2000. *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. Singapore, Singapore: John Wiley & Sons. Inc.
- Sen, S., Bhattacharya, C.B., and Korschun, D. 2006. The role of corporate social responsibility in strengthening multiple stakeholder relationships: a field experiment. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 34: 158-166.
- Shore, L. M., & Wayne, S. J. 1993. Commitment and employee behavior : Comparison of affective commitment and continuance commitment with perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*.
- Siswanti, Yuni. 2005. Pengaruh Multidimensi Komitmen Organisasional Terhadap Intensi Keluar dalam Seting Perawat di Yogyakarta. “*EMPIRIKA*” Univ. Muhammadiyah : Vol. 18 No.1
- Dosen
  - Mahasiswa

- Siswanti, Yuni. 2005. Dukungan Organisasional dan Politik Organisasional Sebagai Prediktor Sikap Kerja, Stres Kerja, dan Perilaku Agresif . “Jurnal “UTILITAS” Univ. Muhammadiyah Yogyakarta, Vol. 13 No.2.
- Siswanti, Yuni. 2006. Pengaruh Pemeditasian Komitmen Organisasional dalam Hubungan Antara Kepuasan Kerja dan *Intent to Leave*: Studi Pada Rumah Sakit di Yogyakarta. *Benefit*, UMS, Vol. 10, No.2, Desember
- Siswanti, Yuni. 2010. Pengaruh Role Stressor dan Dukungan Organisasional terhadap Komitmen Organisasional dengan Kepuasan Kerja sebagai Variabel Pemeditasi. Prosiding Semnas VI UTY, Yogyakarta. Prosiding Semnas VI UTY, Yogyakarta
- Singhapakdi, A., S. J. Vitell., and K.L. Kraft. 1996. The Perceived Role of Ethics and Social Responsibility: A Scale Development. *Journal of Business Ethisc*, Vol. 36 :245-255.
- Snider, J., Hill, R. P., and Martin. 2003. Corporate social responsibility in the 21<sup>st</sup> century: a view from the world’s most successful firms. *Journal of Business Ethics*, Vol. 48: 157-187.
- Smith, N.C. 2003. Corporate social responsibility: whether or how?. *California Management Review*, Vol. 45: 52-76.
- Stanwick, P. A., and S. D. Stanwick. 1998. The Determinants of Corporate Social Performane: An Empirical Examination. *American Business Review*, Vol. 16 (1): 86-93.
- Turker, D. 2006. The Impact of Employee Perception of Corporate Social Responsibility on Organizational Commitment: A Scale Development Study, Unpublished Master Disertation, Dokuz Eylul University.
- Turker, Duygu. 2009. How Corporate Social responsibility Influences Organizational Commitment. *Journal of Business Ethics*, Vol. 89: 189-204.
- Vlachos, P.A., Tsamakos, A., Vrecopoulos, A. P., and Avramidis, P. K. 2009. Corporate social responsibility :attributions, loyalty, and mediating role of trust. *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 37: 170-180.
- Wayne. S. J., Shore, L. M., & Liden, R. C. 1997. Perceived organizational support and leader member exchange : A social exchange perspective. *Academy Management Journal* 40 (1) : 80 – 111.
- Dosen
  - Mahasiswa

- Welsch, H. P., and H. Lavan. 1981. Inter-Relationships Between Organizational Commitment and Job Characterictis, Professional Behavior, and Organizational Commitment. *Journal of Management*, Vol. 10 (3): 110-130.
- Worcester, R. 2009. Reflections on corporate reputations. *Management Decision*, Vol. 47: 573-589.
- Wulani, F. 2001. Politik dan dukungan organisasional sebagai prediktor sikap kerja, kinerja dan perilaku citizenchip organisasional. *Tesis* pada Program Pascasarjana Program Studi Ilmu-ilmu Sosial Jurusan Manajemen. Tidak dipublikasikan. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.

- Dosen
- Mahasiswa

- Dosen
- Mahasiswa

- Dosen
- Mahasiswa