

Analisis pemodelan hubungan antara persepsi akan dukungan organisasi, kepuasan kerja, komitmen terhadap organisasi, dan kemauan untuk ke luar dari organisasi pada tenaga penjual di Jakarta

Purwina Laksmi Suntari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=81392&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara persepsi akan dukungan organisasi (PO5), kepuasan kerja (JS), komitmen terhadap organisasi (OC), dan kemauan untuk ke luar dari organisasi (ITL) pada tenaga penjual. Secara spesifik, dalam penelitian ini dilakukan analisis untuk melihat hubungan dan pengaruh antar dimensi dalam model yang digunakan, serta peran OC sebagai mediator penghubung antara PO5 dan JS dengan ITL. Hal ini penting untuk diketahui, mengingat tenaga penjual merupakan ujung tombak dalam suatu organisasi, dan turnover pada kelompok ini akan berpengaruh terhadap kinerja bisnis dan operasionalisasi organisasi sehari-hari.

Secara teoritis dan berdasarkan hasil penelitian terdahulu, diketahui bahwa jika tenaga penjual memiliki komitmen terhadap organisasi tempatnya bekerja; baik komitmen afektif, komitmen kontinuitas, maupun komitmen normatif; maka kemauannya untuk ke luar dari organisasi pun rendah. Seiring dengan rendahnya ITL, maka kemungkinan terjadinya turnover aktual pun akan menurun. Adanya komitmen ini dapat terwujud bila tenaga penjual di organisasi merasa puas dengan berbagai aspek dalam pekerjaannya dan mempersepsikan bahwa organisasi memberikan dukungan.

Penelitian yang menggunakan metode eksplanatif ini dilakukan pada bulan Februari sampai dengan Juni 2004, dengan cara menyebarkan kuesioner. Pemilihan responden dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampel purposif (purposive sampling). Jumlah responden dalam penelitian ini adalah sebanyak 104 orang tenaga penjual, dari 48 perusahaan di 10 bidang usaha di Jakarta.

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 10.0 dan teknik structure equation modeling (SEM) dalam LISREL 8.30, guna memperoleh statistik deskriptif, melihat hubungan dan pengaruh antar dimensi, serta menguji model hubungan struktural yang digunakan dalam penelitian ini.

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menunjukkan bahwa PO5 dan JS secara signifikan mempengaruhi terbentuknya komitmen afektif dan normatif pada tenaga penjual yang menjadi responden penelitian. Kedua komponen komitmen ini secara signifikan juga mempengaruhi ITL dari tenaga penjual. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga penjual yang mempersepsikan organisasi mendukung dirinya dan merasa puas dengan berbagai aspek dalam pekerjaannya, akan memiliki keterikatan emosional ataupun kewajiban moral, yang menyebabkan ITL menjadi rendah. Namun, penelitian ini belum dapat membuktikan bahwa tenaga penjual yang mempersepsikan organisasi tidak memberikan dukungan dan merasa tidak puas dengan pekerjaannya, akan tetap bertahan di organisasi karena takut kehilangan hal-hal yang selama ini menguntungkan.

Melalui pengujian kecocokan model, diketahui bahwa model awal yang diajukan peneliti belum dapat dikatakan sesuai dengan data. Dari pengujian mediasi, ditemukan pula bahwa OC bukan merupakan mediator yang menghubungkan POS dan JS dengan ITL dari tenaga penjual. Adapun model yang sesuai dengan data, baik melalui pengujian kecocokan model maupun pengujian mediasi, adalah alternatif model II, yang menempatkan OC sebagai prediktor dari JS, dan JS berperan sebagai mediator penghubung antara QC dan ITL dari tenaga penjual di Jakarta. POS yang secara signifikan memiliki pengaruh terhadap OC maupun JS dalam penelitian ini, ternyata kurang sesuai untuk dimasukkan dalam model.

Mengacu pada alternatif model II, terlihat bahwa tenaga penjual yang memiliki keterlibatan emosional atau kewajiban moral untuk tetap tinggal di organisasi, akan merasa puas dengan pekerjaannya, yang selanjutnya akan mempengaruhi kemauan tenaga penjual untuk ke luar dari organisasi. OC juga memiliki pengaruh terhadap ITL, namun bersifat tidak langsung, dan dimediasi oleh JS.

Untuk organisasi, hasil penelitian ini menegaskan pentingnya OC pada tenaga penjual, karena dimensi ini memiliki pengaruh terhadap kemauan untuk ke luar dari organisasi. Namun, karena pengaruh ini bersifat tidak langsung, melainkan dimediasi oleh JS, maka pihak manajemen juga harus memperhatikan kepuasan tenaga penjual akan berbagai macam aspek yang ada dalam pekerjaan, terutama aspek penghargaan, upah, dan supervisi. Untuk pengembangan penelitian, ada baiknya bila dilakukan penelitian mengenai peran POS dan faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya OC pada tenaga penjual.