



Pengaruh *Perceived Organizational Support* terhadap *Komitmen Afektif* Karyawan Generasi Z

Azelia Almira Islamey, Ayu Tuty Utami*

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 2/10/2024
Revised : 27/12/2024
Published : 28/12/2024



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 4
No. : 2
Halaman : 91-96
Terbitan : **Desember 2024**

Terakreditasi Sinta [Peringkat 5](#)
berdasarkan Ristekdikti
No. 177/E/KPT/2024

ABSTRAK

Lingkungan kerja yang dinamis, penting bagi organisasi untuk memiliki pemahaman tentang generasi Z. Allen & Meyer (1991), mendefinisikan komitmen afektif sebagai ikatan emosional individu terhadap organisasi tempat mereka bekerja. Salah satu cara meningkatkan komitmen afektif adalah dengan memberikan dukungan organisasi kepada para karyawan. Eisenberger (1986) mendefinisikan *perceived organizational support* sebagai persepsi karyawan mengenai sejauh mana karyawan merasa bahwa organisasi menghargai kontribusi dan peduli terhadap kesejahteraan mereka. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh *perceived organizational support* terhadap komitmen afektif karyawan generasi Z. Subjek pada penelitian ini adalah karyawan generasi Z di korporasi kota Bandung, yang berjumlah 96 orang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif kausalitas dengan menggunakan analisis regresi linier sederhana. Instrumen yang digunakan adalah *The Survey of Perceived Organizational Support (SPOS)* berdasarkan teori Eisenberger (1986) yang diadaptasi oleh Syahputra, W., Yundianto, D., & Indrawardhana, E. (2022) dan skala komitmen afektif dari Allen & Meyer (1991) yang telah diadaptasi oleh Suseno, M. N. M. (2019). Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa *perceived organizational support* memiliki pengaruh terhadap komitmen afektif sebesar 0.307 artinya terdapat faktor lain yang dapat mempengaruhi adanya komitmen afektif pada karyawan generasi Z di korporasi kota Bandung.

Kata Kunci : Komitmen Afektif, Persepsi Dukungan Organisasi, Karyawan Generasi Z

ABSTRACT

In a dynamic work environment, it is important for organizations to have a deep understanding of Generation Z. Allen & Meyer (1991), defined affective commitment as an individual's emotional attachment to the organization they work for. One way to increase this affective commitment is to provide organizational support to employees. Eisenberger (1986) defines *perceived organizational support* as the perception of employees as the extent to which employees feel that their organization values their contribution and cares about their well-being. The purpose of this study is to find out the influence of *perceived organizational support* on the affective commitment of generation Z employees. The method used in this study is a quantitative causality method using simple linear regression analysis. The instrument used is *The Survey of Perceived Organizational Support (SPOS)* based on Eisenberger's theory (1986) adapted by Syahputra, W., Yundianto, D., & Indrawardhana, E. (2022) and the affective commitment scale from Allen & Meyer (1991) which has been adapted by Suseno, M. N. M. (2019). The results of this study show that *perceived organizational support* has an influence on affective commitment of 0.307, meaning that there are other factors that can affect the existence of affective commitment in generation Z employees in Bandung city corporations..

Keywords : Affective Commitment, Perceived Organizational Support, Generation Z Employees.

Copyright© 2024 The Author(s).

A. Pendahuluan

Sumber daya manusia merupakan salah satu penentu penting yang tidak dapat dipisahkan dari sebuah perusahaan, peran sumber daya manusia dinilai sebagai penggerak, sumber ide, dan perencana dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Sehingga perusahaan perlu meningkatkan kualitas sumber daya agar karyawan dapat memberikan kontribusi yang optimal terhadap perusahaan serta berkomitmen dalam mewujudkan tujuan perusahaan. Organisasi mengharapkan agar karyawan memiliki komitmen terhadap tempat mereka bekerja. Organisasi mengharapkan agar karyawan memiliki komitmen terhadap tempat mereka bekerja.

Komitmen organisasi adalah aspek perilaku penting yang dapat digunakan untuk menilai kecenderungan karyawan untuk tetap bertahan sebagai anggota organisasi. Allen dan Meyer membagi komitmen organisasi berdasarkan 3 aspek, yaitu komitmen afektif yang didasarkan pada keterlibatan emosional karyawan terhadap organisasi. Komitmen kontinuitas didasarkan pada pertimbangan nilai ekonomi atau kerugian yang timbul jika karyawan keluar dari perusahaan, hal ini melibatkan pengorbanan pribadi jika meninggalkan organisasi dan tidak memiliki alternatif lain [1]. Sedangkan dasar dari komitmen normatif yaitu perasaan dibebani kewajiban untuk tetap berada di organisasi karena adanya tekanan dari pihak lain atau tanggung jawab karyawan yang tinggi terhadap perusahaan. Komitmen organisasi yang rendah pada karyawan dapat mempengaruhi keberlangsungan perusahaan. Maka dalam mengembangkan suatu perusahaan tentu membutuhkan karyawan yang memiliki komitmen kuat terhadap organisasi [2].

Komitmen afektif sebagai faktor utama dalam menentukan tingkat keterikatan dan loyalitas karyawan. Menurut Meyer dan Allen (1991) [3], komitmen afektif mencerminkan ikatan emosional individu terhadap organisasi tempat mereka bekerja. Komitmen afektif melibatkan perasaan positif yang mendalam terhadap organisasi, seperti rasa bangga, rasa percaya, dan identifikasi diri dengan nilai pribadi dan tujuan organisasi. Karyawan dengan tingkat komitmen afektif yang tinggi cenderung memperlihatkan rasa kepemilikan terhadap organisasi, terlibat lebih dalam dalam aktivitas organisasi, memiliki motivasi yang kuat untuk memperoleh tujuan organisasi, dan memiliki keinginan yang besar untuk tetap berada dalam organisasi [4].

Adapun dalam meningkatkan komitmen afektif yaitu dengan memberikan dukungan organisasi kepada karyawan. Teori *perceived organizational support* yang dikemukakan oleh Eisenberger et al. (1986) [5] juga menjelaskan mengenai komitmen afektif karyawan terhadap organisasinya, dimana pendekatan ini berasumsi bahwa untuk memuaskan kebutuhan sosio-emosional dan mengevaluasi kesediaan organisasi untuk menghargai peningkatan usaha, karyawan akan membentuk keyakinan dasar tentang sikap karyawan terhadap organisasi mereka dan sejauh mana organisasi menghargai kontribusinya serta peduli terhadap kesejahteraan mereka, definisi ini membentuk persepsi dukungan organisasi (POS) [6].

Dukungan organisasi diartikan sebagai pandangan karyawan mengenai seberapa besar organisasi memberikan dukungan kepada karyawannya dan bersedia memberikan dukungan ketika dibutuhkan [4]. Penelitian Eisenberger dan Rhoades menjelaskan bahwa POS (*Perceived Organizational Support*) mempengaruhi komitmen organisasi melalui hubungan timbal balik antara karyawan dan organisasi. Ketika perusahaan memberikan dukungan kepada karyawannya dan karyawan merasa diperhatikan serta didukung oleh organisasi, maka karyawan akan cenderung bertahan untuk mengabdikan dirinya pada organisasi dan meningkatkan kinerja secara optimal [4].

Saat ini kelompok dominan dalam angkatan kerja ini adalah generasi milenial dan generasi Z. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun kedepan generasi Z diperkirakan akan menyumbang tenaga usia produktif yang cukup besar dan menggantikan tenaga kerja generasi milenial. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020, dominasi jumlah populasi generasi Z dengan rentang umur 8-23 tahun telah mencapai 27,94 % dari total seluruh penduduk di Indonesia.

Data dari Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik pada bulan Agustus 2022 menyatakan bahwa jumlah tenaga kerja di Indonesia mencapai 143,72 juta orang, dengan angka partisipasi tenaga kerja sebesar 68,63 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam beberapa tahun kedepan generasi Z diperkirakan akan menyumbang tenaga usia produktif yang cukup besar dan menggantikan tenaga kerja generasi milenial. Dengan memasuki dunia kerja yang dinamis, penting bagi organisasi untuk memahami generasi terbaru dalam angkatan kerja agar dapat memenuhi kebutuhan Gen Z di tempat kerja.

Survey yang dilakukan oleh Deloitte (2024) *Deloitte Global Gen Z and Millennial Survey*⁴ mengatakan bahwa karyawan generasi Z menginginkan berada di perusahaan yang berorientasi pada nilai pribadi

dan tujuan perusahaan, mereka tidak takut menolak pekerjaan yang tidak sejalan dengan nilai-nilai mereka [7]. Selain itu, beberapa penelitian tentang tingkat komitmen Generasi Z menunjukkan bahwa tidak seperti generasi sebelumnya yang rela tetap setia pada satu perusahaan untuk jangka waktu tertentu, Generasi Z kemungkinan besar adalah generasi yang menjadi generasi *job-hopping*, artinya mereka tidak bertahan di satu perusahaan [8].

Penelitian lain yang dilakukan oleh Hanifah, Alifia (2023) [9] mengenai nilai kerja generasi Z, preferensi antara startup dan korporasi, dan intensi untuk melamar. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa sebagian besar Gen Z Indonesia lebih memilih bekerja di Korporasi sebesar 69,6% dengan nilai stabilitas menjadi nilai utama yang dianggap penting oleh Generasi Z Indonesia. Korporasi adalah suatu badan hukum yang terpisah dari pemiliknya, sehingga bertanggung jawab penuh atas kewajibannya sendiri.

Kota Bandung, sebagai salah satu kota besar di Indonesia yang memiliki beragam sektor korporat yang aktif, mulai dari industri manufaktur, jasa keuangan, teknologi informasi, perdagangan, pariwisata, dan lainnya. Dengan potensi ekonomi yang besar dan berkembangnya infrastruktur serta sumber daya manusia di Kota Bandung, kegiatan korporat terus mengalami pertumbuhan dan diversifikasi yang signifikan. Hal ini menciptakan peluang investasi dan kerja bagi masyarakat setempat serta mendorong perkembangan ekonomi di tingkat lokal dan regional.

Penelitian sebelumnya oleh Panuju, N. F., dan Mangundjaya W. L., (2018) [10] mengenai hubungan persepsi dukungan organisasi dan komitmen afektif organisasi dengan peran mediasi keterikatan kerja karyawan pada karyawan di industri pertelevisian. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan langsung antara persepsi dukungan organisasi dan komitmen afektif organisasi. Hubungan ini dapat terjadi tanpa adanya peran mediasi dari keterikatan karyawan. Penelitian tersebut menyarankan untuk mengembangkan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan dengan subjek dan tempat yang berbeda. Penelitian ini dilakukan pada karyawan generasi Z yang bekerja pada korporasi di kota Bandung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh positif *perceived organizational support* terhadap komitmen afektif pada karyawan generasi Z.

Berdasarkan latar belakang, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: (1) bagaimana *perceived organizational support* pada generasi Z?; (2) bagaimana komitmen afektif pada generasi Z?; (3) apakah terdapat pengaruh *perceived organizational support* terhadap komitmen afektif karyawan generasi Z?

B. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian kausalitas. Populasi pada penelitian ini yakni karyawan generasi Z yang bekerja pada korporasi di kota Bandung. Dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan menggunakan rumus *cochran* maka diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 96 karyawan dengan kriteria masa kerja minimal 2 tahun.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner (google form). Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh *perceived organizational support* terhadap komitmen afektif.

Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *perceived organizational support* berdasarkan konsep Eisenberger (1986) [5] dan diadaptasi oleh penelitian Syahputra, W., Yundianto, D., & Indrawardhana, E. (2022) [11]. dan untuk alat ukur komitmen afektif yang digunakan adalah skala komitmen afektif berdasarkan konsep Allen dan Meyer (1997) [12] yang diadaptasi oleh Suseno, M. N. M. (2019 [13].

C. Hasil dan Pembahasan

Gambaran *Perceived Organizational Support* pada Karyawan Generasi Z

Berikut adalah gambaran *perceived organizational support* pada karyawan generasi Z. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Data Tingkat *Perceived Organizational Support* pada Karyawan Generasi Z

<i>Perceived Organizational Support</i>	F	%
Rendah	2	2.1

<i>Perceived Organizational Support</i>	F	%
Tinggi	94	97.9
Total	96	100

Berdasarkan Tabel 1, mengenai data tingkat *perceived organizational support* pada karyawan generasi Z Bandung diketahui bahwa sampel terdiri dari 96 karyawan generasi Z yang bekerja di korporasi kota Bandung. Mayoritas memiliki skor *perceived organizational support* yang tinggi yaitu sebanyak 94 orang (97.9%). Karyawan generasi Z dengan skor *perceived organizational support* yang tinggi dikatakan sebagai individu yang memiliki persepsi positif terhadap organisasi.

Karyawan dengan persepsi positif yang tinggi pada *perceived organizational support*, akan merasa memiliki kewajiban dalam memberikan timbal balik dengan menunjukkan sikap kerja yang positif dan mengabdikan dirinya pada organisasi [4]. Sebaliknya pada karyawan generasi Z dengan skor *perceived organizational support* rendah tidak merasakan adanya dukungan terhadap kesejahteraan karyawan, tidak adanya kepedulian yang diberikan organisasi terhadap karyawan, ataupun penghargaan tidak sepadan yang diberikan organisasi terhadap kontribusi yang dari karyawan.

Gambaran Komitmen Afektif pada Karyawan Generasi Z

Berikut adalah gambaran komitmen afektif pada karyawan generasi Z. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 2.

Tabel 2. Data Tingkat Komitmen Afektif pada Karyawan Generasi Z

Komitmen Afektif	F	%
Rendah	4	4.2
Tinggi	92	95.8
Total	96	100

Berdasarkan Tabel 2, mengenai data tingkat komitmen afektif pada karyawan generasi Z Bandung diketahui bahwa sampel terdiri dari 96 karyawan generasi Z yang bekerja di korporasi kota Bandung. Mayoritas memiliki skor komitmen afektif yang tinggi yaitu sebanyak 92 orang (95.8%). Karyawan generasi Z dengan skor komitmen afektif yang tinggi dikatakan sebagai individu yang merasakan ikatan emosional yang kuat dengan organisasi tempat mereka bekerja. Mereka cenderung memiliki identifikasi positif dengan perusahaan, merasa bangga menjadi bagian dari organisasi tersebut, dan memiliki keinginan yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan mereka di dalamnya.

Sedangkan karyawan dengan komitmen afektif yang rendah cenderung merasa kurang terikat secara emosional dengan perusahaan dan tidak memiliki identifikasi yang kuat dengan nilai-nilai, tujuan, atau budaya perusahaan. Mereka mungkin tidak merasa bangga untuk menjadi bagian dari organisasi tersebut dan tidak memiliki rasa keterikatan yang kuat terhadap rekan kerja, atasan, atau perusahaan secara keseluruhan.

Pengaruh *Perceived Organizational (X) Support* terhadap Komitmen Afektif (Y)

Hasil penelitian mengenai pengaruh *perceived organizational support* terhadap komitmen afektif karyawan generasi Z di kota Bandung sebagai berikut :

Tabel 3. Koefisien Regresi

<i>Coefficients^a</i>							
<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>			<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1 (Constant)	10.874	1.597		6.810	.000		
POS	.131	.020	.554	6.449	.000	1.000	1.000

Berdasarkan Tabel 3 mengenai koefisien regresi menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0.00 < 0.05$ maka dapat dikatakan variabel *perceived organizational support* dapat mempengaruhi variabel komitmen afektif.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.554 ^a	.307	.299	1.11297

a. Predictors: (Constant), POS

Berdasarkan tabel 4 hasil uji determinasi diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0.307 yang menunjukkan bahwa variabel *perceived organizational support* dapat mempengaruhi variabel komitmen afektif sebesar 30,7% sedangkan 69,3% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar variabel yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian maka, ketika karyawan generasi Z memiliki nilai *perceived organizational support* yang positif mereka akan cenderung menetap pada perusahaan tempat mereka bekerja. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Andini, W., & Parahyanti, E. (2019) [14] yang menghasilkan bahwa tingkat komitmen afektif karyawan dapat dipengaruhi oleh *perceived organizational support*. Berdasarkan konsep teori *perceived organizational support*, *perceived organizational support* dapat meningkatkan komitmen afektif dengan memenuhi kebutuhan sosio-emosional seperti afiliasi dan dukungan emosional [5]. *Perceived organizational Support* membuat karyawan merasa bertanggung jawab dan peduli terhadap kesejahteraan organisasi sehingga membantu organisasi untuk mencapai tujuannya. Hal ini menyebabkan karyawan merasa bahwa mereka dapat memenuhi kewajibannya melalui komitmen afektif dan upaya mereka untuk memberikan timbal balik [5].

Karyawan juga memberikan timbal balik dengan kepedulian mereka terhadap organisasi dan penilaian positif dengan meningkatkan ikatan emosional mereka terhadap organisasi. Karyawan yang memiliki komitmen afektif tinggi kepada perusahaannya dinilai memiliki keterlibatan yang tinggi dan loyalitas yang kuat terhadap perusahaan dibandingkan karyawan yang rendah komitmen. Meyer dan Allen (1997) [15] menyatakan bahwa karyawan yang berkomitmen secara emosional terhadap organisasi menunjukkan kinerja yang tinggi, berkurangnya ketidakhadiran, dan berkurangnya kemungkinan untuk berhenti dari pekerjaan mereka. Dengan kata lain, salah satu preferensi karyawan generasi Z di korporasi kota Bandung adalah sejauh mana perusahaan tempat mereka bekerja menghargai kontribusi mereka dan peduli terhadap kesejahteraan individu sehingga terciptanya ikatan emosional yang kuat dengan perusahaan tempat mereka bekerja.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) tingkat *perceived organizational support* pada karyawan generasi Z di korporasi kota Bandung (97.9%) termasuk dalam kategori tinggi; (2) tingkat komitmen afektif pada karyawan generasi Z di korporasi kota Bandung (94.7%) termasuk dalam kategori tinggi; (3) hasil uji hipotesis terdapat adanya pengaruh signifikan antara *perceived organizational support* terhadap komitmen afektif karyawan generasi Z di kota Bandung; (4) hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan *perceived organizational support* memberikan pengaruh yang kecil terhadap komitmen afektif, sehingga terdapat faktor lain yang berpengaruh terhadap komitmen afektif.

Daftar Pustaka

- [1] N. Ghaniyyaturrahmah and T. D. Djamhoer, "Pengaruh Perceived Organizational Support terhadap Work Engagement pada Perawat RSUD Majalengka," *Jurnal Riset Psikologi*, vol. 3, no. 2, pp. 93–100, Dec. 2023, doi: 10.29313/jrp.v3i2.2752.

- [2] N. Sundari and A. T. Utami, “Hubungan Keadilan Organisasi dengan Komitmen Organisasi pada Karyawan Generasi Milenial,” *Jurnal Riset Psikologi*, pp. 21–26, Jul. 2022, doi: 10.29313/jrp.v2i1.676.
- [3] J. P. Meyer and N. J. Allen, “—A three-component conceptualization of organization commitmentl,” *Human Resource Management Review*, vol. 1, no. 1, pp. 61–98, 1991.
- [4] L. Rhoades, R. Eisenberger, and S. Armeli, “Affective commitment to the organization: the contribution of perceived organizational support.,” *Journal of Applied Psychology*, vol. 86, no. 5, pp. 825–836, 2001.
- [5] R. Eisenberger, R. Huntington, S. Hutchison, and D. Sowa, “Perceived organizational support.,” *Journal of Applied Psychology*, vol. 71, no. 3, pp. 500–507, Aug. 1986, doi: 10.1037/0021-9010.71.3.500.
- [6] L. Rhoades and R. Eisenberger, “Perceived organizational support: A review of the literature.,” *Journal of Applied Psychology*, vol. 87, no. 4, pp. 698–714, 2002, doi: 10.1037/0021-9010.87.4.698.
- [7] Deloitte, “Gen Z and Millennial Survey : Living and working with purpose in a transforming world,” Deloitte.
- [8] K. Beckman, “Will Gen Z be the Next Generation of Job Hoppers? ,” Ripplematch.
- [9] A. Hanifah, “Indonesian Gen Z Work Values, Preference between Startups and Corporations, and Intention to Apply,” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, vol. 1, no. 3, pp. 236–245, 2024.
- [10] Mangundjaya. W. L. and Panuju N. F, “Persepsi Dukungan Organisasi dan Komitmen Afektif Organisasi: Peran Mediasi Keterikatan Karyawan pada Karyawan Pertelevisian,” *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, vol. 3, no. 2, pp. 223–238, 2018.
- [11] W. Syahputra, D. Yundianto, and E. Indrawardhana, “Instrument validation of perceived organizational support (POS) indonesian version: A rasch model analysis,” *Psikoislamika: Jurnal Psikologi dan Psikologi Islam*, vol. 19, no. 2, pp. 423–436, 2022.
- [12] J. P. Meyer and J. Allen, “Commitment in the workplace: Theory, research, and application,” *Sage publications*, 1997.
- [13] M. N. Suseno, “*Pengujian Psikometris Skala Psikologi : Komitmen Organisasi dan Komitmen Afektif*”. Yogyakarta, 2019.
- [14] W. Andini and E. Parahyanti, “Relationship between perceived organizational support and organizational affective commitment: Moderating role of psychological contract breach.,” in *In 2nd International Conference on Intervention and Applied Psychology (ICIAP 2018)*, Atlantis Press, 2019, pp. 1000–1011.
- [15] N. J. Meyer, J. P., & Allen, *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. SAGE Publications, Inc, 1997.