

Komitmen organisasi pada karyawan *coffee shop* di Kota Bukittinggi

Okva Yuni Sara

Universitas Negeri Padang, Padang, Sumatera Barat

Yolivia Irna Aviani

Universitas Negeri Padang, Padang, Sumatera Barat

Naskah masuk:
09-Desember-2023

Naskah Terbit:
11-Februari-2024

Korespondensi:
okva97@gmail.com

Abstract: *This study aims to find out how the description of Organizational Commitment in Coffee Shop Employees in Bukittinggi City. Organizational commitment is a multi-dimensional construct consisting of affective commitment, normative commitment and continuance commitment. Respondents in this study were 102 Coffee Shop Employees in Bukittinggi City. Using a quantitative approach with a survey method. Data analysis was carried out with descriptive statistics with the help of the SPSS Statistics for Windows program. The results of this study indicate that of the three aspects are in the high category of affective commitment with 41 (40.20%) respondents, while normative commitment with 36 respondents (35.29%) and sustainable commitment with 42 respondents (41.18%).*

Keywords: *Organizational Commitment, Coffee shop Employees*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana Gambaran Komitmen Organisasi Pada Karyawan *Coffee Shop* di Kota Bukittinggi. Komitmen Organisasi merupakan konstruk multi dimensi yang terdiri dari komitmen afektif, komitmen normatif dan komitmen berkelanjutan. Responden pada penelitian ini yaitu 102 Karyawan *Coffee Shop* di Kota Bukittinggi. Menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Analisis data dilakukan dengan statistik deskriptif dengan bantuan program SPSS Statistics for Windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari ketiga aspek berada pada kategori tinggi komitmen afektif dengan 41 (40,20%) responden, sedangkan komitmen normatif dengan 36 responden (35,29%) dan komitmen berkelanjutan dengan 42 responden (41,18%).

Kata kunci: Komitmen Organisasi, Karyawan Coffee Shop

Pendahuluan

Selama era globalisasi saat ini, efek positif dan negatif telah dirasakan oleh Indonesia, yang telah memasukkan persaingan dan keterkaitan ke dalam setiap aspek kehidupan kerja, dari bawah ke atas hingga operasi bisnis. *Coffee shop* beroperasi dengan tolak ukur yang sangat menguntungkan. Bagi pemilik bisnis, *Coffee shop* semakin ramai dikunjungi. Fenomena ini dapat dilihat dari banyaknya *coffee shop* yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, tidak hanya di Kota Bukittinggi. Menurut data dari Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat, jumlah *coffee shop* di Kota Bukittinggi adalah 69, dan jumlah orang pekerja

sebanyak 153 (BPS Sumbar 2021) dengan rentang usia 20-26 tahun.

Semakin lama, pertumbuhan ekonomi mendorong organisasi untuk meningkatkan keuntungan dengan menumbuhkan karyawan yang lebih produktif dan loyal dengan memberikan perhatian kepada mereka, yang menghasilkan karyawan yang lebih berkomitmen terhadap organisasi. Namun, ada banyak organisasi yang tidak memberikan perhatian kepada karyawannya, yang dapat menyebabkan komitmen karyawan yang lebih rendah di dalam organisasi dan meningkatkan risiko pergantian karyawan atau kehilangan pekerjaan.

Menurut Alwi (2001) komitmen

organisasi merupakan kualitas terpenting yang harus dimiliki oleh setiap anggota organisasi, baik bisnis maupun bukan. Dinyatakan bahwa "komitmen organisasi adalah kualitas yang harus dimiliki oleh seorang karyawan untuk tetap berada dalam organisasi sambil bekerja untuk mencapai tujuan, misi, dan sasaran organisasi." Mathis dan Jackson (2006) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai keinginan bersama untuk menghabiskan waktu bersama di dalam organisasi serta mampu mencapai tujuan organisasi.

Menurut Allen dan Meyer (1990) komite organisasi terdiri dari tiga jenis anggota yang berbeda, yaitu: Kerja tim yang efektif menekankan pada stabilitas emosional, pengakuan individu, dan kerja sama tim di antara anggota organisasi mana pun. Dalam konteks ini, seorang karyawan mengidentifikasi dirinya sebagai sebuah organisasi dan mengabdikan diri pada organisasi tersebut. Dalam rekomendasi kedua, Komitmen Normatif memperingatkan agar tidak mempekerjakan orang dalam kondisi tertentu yang secara psikologis tidak memenuhi syarat untuk bekerja di sebuah organisasi yang menasar pada masalah-masalah seperti kesetiaan, kasih sayang, kehangatan, kepemilikan, kebanggaan, kebahagiaan, dan masalah-masalah lainnya. Sementara itu, Dibandingkan dengan komitmen yang efektif, komitmen yang berkelanjutan ini lebih kuat. Komitmen memiliki sejarah yang panjang dan berkaitan dengan prinsip orientasi taruhan sampingan yang menekankan pada harga diri seseorang yang bisa saja hilang secara tiba-tiba jika orang tersebut melanggar organisasi. Menurut temuan studi yang dilakukan oleh Qomariah (2023) komite organisasi yang selaras dengan komite yang efektif, normatif, dan berjangka panjang tidak mampu melakukannya.

Tabel 2. Hasil

No	Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
				F	Persentase
1	KOMITMEN AFEKTIF	$32 \leq X$	Sangat Tinggi`	38	37,25%
		$26,67 \leq X < 32$	Tinggi	41	40,20%

Berdasarkan informasi di atas, peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui lebih jauh mengenai gambaran komitmen organisasi yang terdapat pada *coffee shop* lokal, khususnya yang berada di daerah Bukittinggi. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti akan melakukan penelitian mengenai "Gambaran Komitmen Organisasi pada Karyawan *Coffee Shop* di Kota Bukittinggi."

Metode

Jenis analisis statistik yang digunakan adalah analisis statistik kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan positivistik (data konkrit), data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur dengan menggunakan statistik sebagai alat uji penghitungan, berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan (Sugiyono, 2013). Variabel dalam penelitian ini meliputi *coffee shop* lokal dan komitmen organisasi sebagai variabel kunci. Subjek penelitian ini adalah setiap karyawan *coffee shop* di kota Bukittinggi, dengan jumlah kurang lebih 102 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling. Penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala komitmen organisasi, yang terdiri dari 24 item dan memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,90.

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Berdasarkan temuan penelitian, rata-rata empirik untuk kedua variabel tersebut lebih tinggi daripada rata-rata hipotetik dengan $131,4 > 72$. Hal ini mengindikasikan bahwa responden yang diwawancarai memiliki tingkat komitmen organisasi yang lebih tinggi dibandingkan dengan populasi pada umumnya.

Berdasarkan pengolahan data dari komite organisasi dapat dilihat sebagai berikut:

		21,33≤X<26,67	Sedang	19	18,63%
		16≤X<21,33	Rendah	4	3,92%
		X<16	Sangat Rendah	0	0,00%
		Total		102	100,00%
2	KOMITMEN NORMATIF	32≤X	Sangat Tinggi	28	27,45%
		26,67≤X<32	Tinggi	42	41,18%
		21,33≤X<26,67	Sedang	20	19,61%
		16≤X<21,33	Rendah	10	9,80%
		X<16	Sangat Rendah	2	1,96%
		Total		102	100,00%
3	KOMITMEN BERKELANJUTAN	32≤X	Sangat Tinggi	20	19,61%
		26,67≤X<32	Tinggi	36	35,29%
		21,33≤X<26,67	Sedang	28	27,45%
		16≤X<21,33	Rendah	17	16,67%
		X<16	Sangat Rendah	1	0,98%
		Total		102	100,00%

Berdasarkan tabel di atas, indikator untuk kategori dengan nilai tertinggi adalah konsistensi dengan 42 responden (41,18%), konsistensi dengan efek dengan 41 responden (40,20%), dan konsistensi dengan durasi dengan 36 responden (35,29%), dimana ketiganya termasuk ke dalam kategori dengan nilai tertinggi.

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif terhadap 102 responden, Meyer dan Allen (1997) membuat hipotesis bahwa individu yang memiliki ikatan emosional yang kuat dengan organisasinya akan terus menjadi anggota organisasi tersebut. Hal ini dikarenakan mereka merasakan adanya rasa memiliki terhadap organisasi tersebut. Dapat dikatakan bahwa karyawan *coffee shop* di kota Bukittinggi memiliki ikatan emosional yang kuat dan rasa kewajiban moral untuk terus bekerja, sejalan dengan pernyataan Sakina (2009) yang menyatakan bahwa komitmen yang efektif berasal dari ikatan emosional karyawan dengan organisasinya. Komitmen berkelanjutan berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mereka menganggap bekerja di kedai kopi merupakan salah satu organisasi yang dapat memfasilitasi kepentingan mereka, meskipun bukan satu-satunya alternatif yang dilihat. Komitmen normatif diartikan sebagai cerminan individu terhadap organisasi yang dilihat melalui sikap loyalitas seperti setia pada organisasi dan juga manfaat yang diterima individu dari organisasi seperti pelatihan

keterampilan sehingga akan timbul kewajiban untuk berada di dalam suatu organisasi. Pada penelitian ini, kelompok konsensus diposisikan pada kategori teratas.

Pembahasan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran komitmen organisasi pada *coffee shop* di kota Bukittinggi, yang memiliki 102 responden dari total populasi 153 orang. Secara umum, komitmen organisasi yang dimiliki oleh karyawan *coffee shop* lokal di kota Bukittinggi berada pada kategori tinggi. Menurut Arishanti (2009) komitmen organisasi didefinisikan sebagai suatu keyakinan yang kuat dan penerimaan terhadap nilai-nilai organisasi, kesediaan untuk bekerja keras, dan mempertahankan keanggotaan dalam organisasi yang bersangkutan, yang berarti adanya keinginan yang kuat dari anggota untuk tetap tinggal di dalam organisasi atau adanya ikatan psikologis terhadap organisasi.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif statistik yang dilakukan terhadap 102 responden, ditemukan bahwa ketiga komponen komitmen organisasi-komitmen afektif, komitmen normatif, dan komitmen berkelanjutan-semuanya masuk ke dalam kategori "tinggi". Hal ini mengindikasikan bahwa karyawan kedai kopi di kota Bukittinggi memiliki keterikatan emosional yang kuat dengan organisasinya, merasa memiliki, memiliki loyalitas, dan bersikap terbuka terhadap segala sesuatu yang terjadi, seperti

yang terjadi saat ini. Meyer & Allen (1997) menegaskan bahwa setiap komponen memiliki desain yang unik. Individu dengan komponen emosional yang kuat yang sudah berafiliasi dengan sebuah organisasi karena adanya keinginan untuk terus menjadi anggota organisasi tersebut. Selain itu, anggota komite kelanjutan yang tertatih-tatih bergabung dengan organisasi yang bersangkutan karena mereka membutuhkannya. Orang dengan komponen normatif yang kuat masih menjadi anggota organisasi karena mereka harus melaksanakannya. Setiap anggota kelompok memiliki batas dan batas berdasarkan tingkat komitmen organisasi. Individu yang memiliki komitmen organisasi dengan rencana yang efektif memiliki kualitas yang berbeda dengan individu yang mendasarkan tindakannya pada ketekunan. Seseorang yang ingin bergabung dengan tim akan memiliki motivasi untuk menggunakan strategi yang sesuai dengan tujuan organisasi. Sebaliknya, mereka yang bersiap-siap untuk bergabung dengan kelompok harus menghadapi kesulitan keuangan dan kesulitan lainnya, sehingga mereka hanya dapat melakukan bisnis marjinal. Selain itu, tergantung pada perasaan kewajiban masing-masing anggota, komponen normatif yang berlaku sebagai hasil dari sosialisasi dapat diamati. Agar anggota masyarakat dapat memberikan umpan balik terhadap apa yang telah diungkapkan oleh organisasi, maka komponen normatif harus ada (Kuntjoro, 2002).

Menurut Sakina (2009) komitmen afektif berasal dari kelekatan emosional karyawan terhadap organisasi, sedangkan komitmen normatif Menurut Meyer dan Allen (dalam Sutanto & Gunawan, 2013), komitmen normatif muncul dari keputusan pekerja untuk menjadi karyawan suatu perusahaan karena ada bukti bahwa komitmen tersebut diperlukan atau dibutuhkan, sedangkan menurut Sakina (2009), komitmen berkelanjutan muncul ketika seseorang mengambil keputusan. Menurut Moriarity (2017), komitmen berkelanjutan terjadi ketika seseorang membuat keputusan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti untuk memahami komitmen organisasi yang ditunjukkan oleh karyawan *coffee shop* di kota Bukittinggi, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut: Secara umum, komitmen organisasi yang berada pada kategori tinggi. Aspek komitmen afektif diikuti dengan aspek berkelanjutan dan aspek normatif pada karyawan *coffee shop* di kota Bukittinggi.

Daftar Rujukan

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1997) *Commitment in the workplace theory research and application*. California: Sage Publications.
- Alwi, Syafaruddin. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Strategi Keunggulan Kompetitif*. BPFE UGM, Yogyakarta
- Ardrian, K. L. (2015). *Pengaruh budaya organisasi terhadap komitmen organisasi dan kinerja pada karyawan PT. Karatu Abadi Jaya Surabaya* (Doctoral dissertation, Widya Mandala Catholic University).
- Arishanti, K, I. 2009. "Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Organisasional Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan". *Jurnal Proceeding PESAT Universitas Gunadarma, Depok*, Vol. 3 Oktober 2009, p. 46.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Jumlah Restoran Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat 2019-2021*. <https://sumbar.bps.go.id>
- Cascio, W. F. (2015). *Managing human resources*. New York: McGraw-Hill.
- Haggins, Rosemary, D. H. A. (2011). *A Correlational study of work environment*

factors and organizational commitment in southern California staff nurses, University of Phoenix.

Mathis, R. I., & Jackson, J.H. (2000). Human Resources Management. New Jersey: Prentice Hall

Moriarity, A. (2017). ORGANIZATIONAL COMMITMENT AND TURNOVER INTENT AS MODERATED. (October).

Kuntjoro. (2002). Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta, Rajawali.

Nindyati, A. D. (2017). Pemaknaan loyalitas karyawan pada generasi X dan generasi Y (Studi Pada Karyawan Di Indonesia). Journal of Psychological Science and Profession.

Qomariah, N. (2023). Pengaruh Budaya Organisasi, Kepemimpinan Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Dosen Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Kabupaten Jember. In Conference In Business, Accounting, And Management (CBAM) (Vol. 1, No. 3, pp. 787-801).

Sakina, N. (2009). Komitmen organisasi karyawan pada PT. Bank "X" di Jakarta. Jurnal psikologi, 7(2), 53-62.

Sugiyono. (2012). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sutanto, Eddy & Gunawan, Carin. 2013. Kepuasan Kerja, Komitmen Organisasional dan Turnover Intentions. Jurnal Mitra Ekonomi Bisnis Vol.4, No. 1 ISSN 2087- 1090. Surabaya: Universitas Kristen Petra.