

**PENGARUH NILAI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KOMITMEN AFEKTIF:
STUDI KAUSAL TERHADAP GURU DI SEKOLAH BOGOR RAYA A NATIONAL
PLUS, BOGOR**

Willfridus Demetrius Siga¹, Komarudin²
Universitas Khatolik Parahyangan¹, STMIK Mardira Indonesia²
Email: willy_d@unpar.ac.id¹, komarudin@stmik-mi.ac.id²

Abstract

The objective of research is to find out influences of the Values and Trust toward the teachers affective in Sekolah Bogor Raya. The research using a survey method with causal technique. This research used as a sample of 94 teachers as respondents. The samples are selected based on standard error technique. The study was a causal survey using path analysis. Technique data collecting was using the instrument in the form of questionnaire. The result showed that, 1) there is a direct influences of values toward affective commitment, 2) there is a direct influences of trust toward affective commitment, 3) there is a direct influences of values toward trust, 4) there is undirect influences of values toward affective commitment by the trust. The implication of this research is an effort in improving the affective commitment of the teachers can be done through values and trust.

Keywords: *values, trust, affective commitment*

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

**PENGARUH NILAI DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KOMITMEN AFEKTIF:
STUDI KAUSAL TERHADAP GURU DI SEKOLAH BOGOR RAYA A NATIONAL
PLUS, BOGOR**

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh Nilai dan Kepercayaan terhadap afektif guru di Sekolah Bogor Raya. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan teknik kausal. Penelitian ini dijadikan sampel sebanyak 94 guru sebagai responden. Sampel dipilih berdasarkan teknik kesalahan standar. Penelitian ini adalah survei kausal dengan menggunakan analisis jalur. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen berupa kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, 1) ada pengaruh langsung nilai terhadap komitmen afektif, 2) ada pengaruh langsung kepercayaan terhadap komitmen afektif, 3) ada pengaruh langsung nilai terhadap kepercayaan, 4) ada pengaruh tidak langsung dari kepercayaan nilai-nilai menuju komitmen afektif oleh kepercayaan. Implikasi dari penelitian ini adalah upaya dalam meningkatkan komitmen afektif para guru dapat dilakukan melalui nilai-nilai dan kepercayaan

Kata kunci : Nilai, kepercayaan, komitmen afektif

PENDAHULUAN

Pergeseran globalisasi yang semakin berkembang membuat organisasi (perusahaan) dituntut untuk bertahapserta mampu bersaing dengan organisasi yang lain. Komitmen seseorang terhadap organisasi sangat penting, sehingga beberapa organisasi beranimemmasuk kannyasebagai salah satu syarat penerima ankar yawan. Sekolah sebagai salah satu bentuk organisasi juga menuntut adanya komitmen dari orang-orang yang terlibat di dalamnya untuk memwujudkan tujuan pendidikan. Guru sebagai agen pembelajaran berfungsi meningkatkan mutu pendidikan. Guru wajib untuk memiliki syarat tertentu, salah satu di antaranya adalah kompetensi. Kompetensi merupakan satu kesatuan utuh yang menggambarkan potensi, pengetahuan, keterampilan, dan sikap yang dinilai, terkait dengan profesi guru. Kompetensi ini hanya akan terbentuk jika guru memiliki komitmen terhadap organisasi dan pekerjaannya. Komitmen yang dimaksud adalah komitmen afektif. Agus Sampurno menyatakan bahwa,

guru era baru mengacupadasonok guru yang menjadikan profesinya sebagai agen perubahan bagi murid yang ada di sekolah. Faktor penyebab ketidaklulusan di sekolah adalah kurangnya kualitas siswa dan guru. Banyak siswa yang indiscipliner dan kurang serius belajar, dan banyak guru swasta yang kurang total dalam mengajar karena mempunyai sejumlah pekerjaan sampingan. Komitmen afektif diperlukan sebagai salah satu indikator kinerja karyawan. Karyawan dengan komitmen afektif yang tinggi dapat diharapkan akan memperlihatkan kerelaannya untuk bekerja maksimal mungkin demi kepentingan organisasi. Pernyataan ini senada dengan pendapat Baedhowi, Direktur Jenderal Peningkatan Mutu Pendidikan dan Tenaga Kependidikan Departemen Pendidikan Nasional, "Kami ingin mengubah guru supaya mereka bisa bergeser dari cara pembelajaran yang *teacher center* ke *student center*. Perubahan itu memerlukan pendidikan dan pelatihan yang kontinu hingga mampu membangun kesadaran dalam diri guru

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

supaya memiliki komitmen pribadi yang kuat untuk memberikan layanan pendidikan yang menyenangkan bagi anak-anak didiknya. Penelitian ini menjadi penting karena menempatkan nilai (*values*) dan kepercayaan (*trust*) sebagai variabel yang mempengaruhi komitmen afektif. Peneliti mengakui bahwa, komitmen afektif sebagai bahan utama membangun dan mempertahankan hubungan kerja jangka panjang. Komitmen afektif adalah ketika karyawan senang menjadi anggota organisasi, percaya, merasa nyaman dengan organisasi, dan berniat untuk melakukan yang baik bagi organisasi. Karyawan dengan komitmen afektif yang tinggi memiliki kedekatan emosional yang erat terhadap organisasi yang mendorong keinginan untuk berkontribusi bagi organisasi.

LANDASAN TEORI

Komitmen Afektif (*Affective Commitment*)

Allen dan Mayer dalam Kreitner dan Kinicki (2010:166) menguraikan tiga model komitmen organisasi yaitu: a) *Affective commitment*, b) *Continuance commitment*, dan 3) *Normative commitment*. Penulis akan menganalisis secara lebih tajam tentang komitmen afektif (*affective commitment*). McShane dan Von Glinow (2010:112) mendefinisikan komitmen afektif sebagai, "...the employee's emotional attachment to, identification with and involvement in a particular organization." Komitmen afektif adalah

keterikatan emosional karyawan untuk mengidentifikasi diri dengan dan terlibat dalam organisasi tertentu. Menurut Colquitt, Lepine dan Wesson (2009:68), "*affective commitment defined as a desire to remain a member of an organization due to an emotional attachment to, and involvement with, that organization...you stay because you want to.*" Komitmen afektif adalah keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi karena keterikatan emosional, dan keterlibatan dengan organisasi tersebut. Bekerja karena keinginan. George dan Jones (2005:93) berpendapat komitmen afektif adalah ketika karyawan merasa, "...happy to be members of

an organization, believe in and feel good and intend to do what is good..." Karyawan merasa

senang menjadi anggota organisasi, percaya, merasa nyaman dan berniat untuk melakukan apa yang baik bagi organisasi.

Greenberg (2010:154) memperkuat, "*affective commitment – the strength of people's desires to continue working for an organization because they agree with its underlying goals and value*". Komitmen afektif adalah hasrat yang kuat dari seseorang untuk terus bekerja bagi suatu organisasi karena setuju dengan tujuan dan nilai yang mendasarinya. Senada dengan Quick dan Nelson (2009:127), "*affective commitment is an employee's intention to remain in an organization because of a strong desire to do so*". Komitmen afektif adalah niat karyawan untuk tetap berada dalam sebuah organisasi karena hasrat yang kuat untuk melakukannya. Terdapat tiga faktor yang mendasari komitmen afektif: 1) keyakinan terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi, 2) kesediaan untuk mengerahkan usaha yang cukup demi organisasi, 3) keinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi. Robbins dan Judge (2011:111) mendefinisikan komitmen afektif sebagai, "...emotional attachment to the organization and a belief in its value". Komitmen afektif adalah ikatan emosional terhadap organisasi dan keyakinan terhadap nilai-nilai yang dianut oleh organisasi tersebut.

Menurut Meyer dan Allen yang dikutip oleh Luthans (2008:148), komitmen afektif meliputi, "...the employee's emotional attachment to, identification with, and involvement in the organization". Komitmen afektif meliputi keterikatan emosional, identifikasi dengan, dan keterlibatan dalam organisasi. Newstrom (2011:223) juga berpendapat bahwa, "*affective commitment is a positive emotional state in which employees want to exert effort and choose to remain with the organization*". Komitmen afektif adalah keadaan emosi yang positif di mana karyawan ingin mengerahkan usahanya dan memilih untuk tetap dalam organisasi tersebut. Karina

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

dalam artikelnya tentang pembentukan komitmen menjelaskan bahwa komitmen organisasi dapat terbentuk karena ada beberapa faktor antara lain a) karakteristik organisasi, b) karakteristik individu, dan c) pengalaman kerja. Berdasarkan uraian di atas dapat disintesis, komitmen afektif (*affective commitment*) adalah keterikatan seseorang secara emosional untuk mengidentifikasi dirinya dengan organisasi dan memilih untuk tetap terlibat dalam suatu organisasi serta ingin tetap menjadi anggota organisasi dengan indikator: perasaan bahagia menjadi bagian dari organisasi, rasa memiliki yang kuat terhadap organisasi, memiliki kemiripan nilai antara pribadi dan organisasi, memiliki loyalitas terhadap organisasi, dan bersedia untuk bekerja lebih demi kemajuan organisasi.

Nilai (Values)

Gibson, Ivancevich, Donnelly dan Konopaske (2012:33) mendefinisikan, "*values are the conscious, affective desires or wants of people that guide their behavior.*" Nilai adalah kesadaran, hasrat, afeksi atau keinginan yang memengaruhi perilaku. Mereka kemudian merumuskan nilai sebagai, "*...the constellation of likes, dislikes, viewpoints, shoulds, inner inclinations, rational and irrational judgements, prejudices and association patterns that determine a person's view of the world*". Nilai adalah konstelasi dari perasaan suka, tidak suka, cara pandang, keharusan, kecenderungan batin, penilaian rasional dan irasional, prasangka dan pola asosiasi yang menentukan bagaimana seseorang memandang dunia. Menurut Kreitner dan Kinicki (2010:154), "*values as desired ways of behaving or desired end-states*". Nilai adalah cara berperilaku yang diinginkan atau keadaan terakhir dari keinginan. Nilai menurut Schermerhorn (2010:91) adalah "*...the underlying beliefs and attitudes that help determine individual behavior*". Nilai adalah keyakinan yang mendasar dan sikap yang membantu

menentukan perilaku individu. Rokeach dalam Fisher dan Lovell (2009:153), mendefinisikan nilai sebagai, "*...a small number of core ideas or cognitions present in every society about desirable end-states*". Nilai adalah sejumlah ide inti atau kognisi yang hadir dalam masyarakat tentang keinginan atau hasrat terakhir. Rokeach membagi nilai dalam beberapa tipe: 1) nilai moral (*moral values*), 2) nilai kompetensi (*competence values*), 3) nilai pribadi (*personal values*), dan 4) nilai sosial (*social values*). Berdasarkan tipe-tipe nilai tersebut, Rokeach dalam Kreitner dan Kinicki (2007:174) membagi nilai dalam dua golongan besar yaitu: a) *Terminal values*, b) *Instrumental values*.

Schmerhorn, Hunt, Osborn, dan Uhl-Bien (2011:40) mendefinisikan nilai sebagai, "*values can be defined as broad preferences concerning appropriate courses of action or outcomes. as such, values reflect a person's sense of right and wrong or what "ought" to be*". Nilai adalah preferensi yang luas tentang tindakan atau hasil. Nilai mencerminkan perasaan benardansalah atau apa yang "seharusnya". Terdapat enam kategori nilai menurut Gordon Allport: 1) *Theoretical*, 2) *Economic*, 3) *Aesthetic*, 4) *Social*, 5) *Political*, dan 6) *Religious*. Lucas yang dikutip oleh Mullins (2005:150), "*...values can attract the right people, underpin the business in times of crisis and provide direction for the future*". Nilai dapat menarik orang yang tepat, mendukung usaha di saat krisis dan memberikan arahan untuk masa depan.

McShane dan Von Glinow (2010:14) berpendapat, "*values are relatively stable, evaluative beliefs that guide our preferences for outcomes or courses of action in a variety of situations*". Nilai secara relatif stabil, keyakinan evaluasi yang memandu preferensi dari hasil atau tindakan tertentu dalam berbagai situasi. Nilai adalah persepsi tentang apa yang baik atau buruk, benar atau salah. Nilai memberitahu kita apa yang "harus" kita lakukan. George dan Jones (2005:71), "*values are one's personal*

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

convictions about what one should strive for in life and how one should behave". Nilai adalah keyakinan pribadi seseorang tentang apa yang seharusnya diusahakan dalam hidup dan bagaimana seseorang harus berperilaku. Veccio (2006:346) juga menyatakan, "*values are preferences among activities and outcomes*". Nilai adalah preferensi antara kegiatan dan hasil. Hellriegel, Slocum, dan Woodman (2001:421) mengutarakan, "*value are the relatively permanent and deeply held desires of individuals*".

Nilai adalah keinginan yang relatif permanen dan dipegang teguh individu. Sedangkan menurut Quick dan Nelson (2009:136), "*values are enduring beliefs that a specific mode of conduct or end state of existence is personally or socially..., general beliefs about right and wrong, they form the basis for ethical behavior.*" Nilai adalah keyakinan abadi yang merupakan modus spesifik dari perilaku atau keadaan akhir dari eksistensi pribadi atau sosial. Nilai merupakan keyakinan umum tentang yang benar dan salah serta bentuk dasar untuk perilaku etis.

Terdapat empat kerangka nilai yang dikembangkan oleh Bruce Meglino yang dikutip oleh Schermerhorn, Hunt, Osborn, dan Uhl-Bien (2011:42) sebagai berikut: 1) Prestasi (*Achievement*), 2) Membantu dan peduli kepada orang lain (*Helping and concern for others*), 3) Kejujuran (*Honesty*), dan 4) Keadilan (*Fairness*). Luthans dan Doh (2006:101) menyatakan nilai sebagai keyakinan dasar seseorang tentang apa yang benar dan salah, baik atau buruk, penting dan tidak penting. Sedangkan Kolb, Osland, dan Rubin (1995:109) mendefinisikan nilai sebagai, "*core beliefs or desires that guide or motivate attitudes and actions*". Nilai adalah inti dari keyakinan atau keinginan yang memotivasi sikap atau tindakan yang meliputi:

(1) kepercayaan, (2) menghormati, (3) tanggung jawab, (4) keadilan dan kejujuran, (5) peduli, dan (6) kebajikan sipil dan kewarganegaraan.

Berdasarkan uraian tentang nilai, maka dapat disintesis bahwa nilai adalah

keyakinan dasar dan sikap yang dipegang teguh seseorang untuk membantu menginterpretasi mana yang "baik" dan mana yang "buruk", dapat mempengaruhi persepsi, dan membantu menentukan perilaku positif seseorang dalam organisasi seperti nilai moral, nilai kompetensi, nilai pribadi dan nilai sosial dengan indikator: rasa aman dalam bekerja, berperilaku jujur, menunjukkan prestasi kerja, mengambil inisiatif, dan keberanian dalam bertindak.

Kepercayaan (Trust)

Robbins dan Judge (2011:429) menyebut kepercayaan adalah "*...a positive expectations that another will not act opportunistically*". Kepercayaan adalah harapan positif bahwa orang lain tidak akan bertindak oportunistik melalui perkataan, perbuatan dan keputusan. Frasa "*harapan positif*" (*positive expectation*) mengasumsikan pengetahuan dan familiaritas terhadap suatu hal. Sedangkan, istilah "*oportunis*" (*opportunistically*) mengacu pada risiko dan kerentanan dalam setiap hubungan kepercayaan. Ada lima dimensi kunci yang mendasari kepercayaan yakni a) integritas (*integrity*), b) kompetensi (*competence*), c) Konsistensi (*consistency*), d) Loyalitas (*loyalty*), e) Keterbukaan (*openness*). Quick dan Nelson (2009:416) mendefinisikan kepercayaan adalah "*...the willingness to be vulnerable to the actions of another. This means that followers believe that their leader will act with the followers' welfare in mind.*" Kepercayaan adalah kesediaan menjadi rentan untuk bertindak bagi orang lain. Artinya, karyawan percaya bahwa pemimpin mereka akan bertindak demikian sejahterla sesuai dengan yang diharapkan.

Menurut McShane dan Von Glinow (2010:113), kepercayaan berarti "*...positive expectations one person has toward another person in situations involving risk. It is also reciprocal activity...*" Kepercayaan memberiharapkan positif satu orang ke orang lain dalam situasi yang berisiko. Menurut Kreitner dan Kinicki (2010:318), "*trust is defined as reciprocal faith in others' intentions and behavior (give-and-*

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

take)". Kepercayaan adalah keyakinan timbal balik terhadap niat dan perilaku seseorang.

Newstrom (2011:339,285) mempertegas bahwa tanpa kepercayaan-integritas, kemampuan dan kebenaran-anggotatidak aman, stres, dan menjadi pendiam. Kepercayaan dapat diperlihatkan dengan menunjukkan rasa hormat, kepedulian dan perhatian yang tulus, bersikap jujur, benar dalam perkataan, dapat diandalkan, dan tahan uji. (*respect, exhibiting sincere caring and concern, by being honest and true to one's word, and by demonstrating your dependability and reliability*).

Berdasarkan definisi kepercayaan (*trust*) yang telah diuraikan di atas, maka dapat disintesis bahwa kepercayaan adalah keyakinan timbal balik dan kesediaan untuk menaruh harapan positif terhadap suatu kelompok atau golongan yang menuntut adanya kesediaan untuk mengambil resiko apapun terhadap perkataan, tindakan bahkan keputusan yang akan dilakukan dalam kaitannya dengan pelaksanaan tugas, kewenangan, dan tanggung jawab yang sesuai harapan organisasi dengan indikator: berkata jujur tentang kapasitas pribadi, kompeten dalam menyelesaikan pekerjaan, berprasangka baik, menunjukkan perhatian terhadap organisasi, dan membangun komunikasi yang terbuka dalam organisasi.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode survey kausal dengan teknik analisis jalur (*path analysis*). Penelitian dilakukan di Sekolah Bogor Raya, a National Plus Bogor dan waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Februari sampai dengan April 2013. Populasi targetnya adalah semua guru yang bekerja di Sekolah Bogor Raya, sedangkan populasi terjangkaunya adalah guru tetap yang sudah bekerja lebih dari 1 tahun. Pengambilan sampel menggunakan rumus standar error, sehingga diperoleh 94 responden yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Langsung Nilai terhadap Komitmen Afektif

Pengujian hipotesis pertama menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung nilai terhadap komitmen afektif. Pengaruh nilai bersifat positif, dimana semakin baik nilai akan menyebabkan semakin baik pula tingkat komitmen afektif para guru. Begitu pula sebaliknya, apabila nilai yang dibangun dalam sebuah organisasi buruk, maka komitmen afektif orang-orang yang bekerja di dalamnya juga buruk.

Kesimpulan di atas diperkuat dengan pendapat Luthans (2008:147), "*Organization commitment is most often defined as... a definite belief in, and acceptance of, the values and goals of the organization.*" Komitmen organisasi adalah keyakinan dan penerimaan terhadap nilai-nilai dan tujuan organisasi. Menurut Robbins dan Judge (2011:111), "*...emotional attachment to the organization and a belief in its value*". Keyakinan terhadap nilai-nilai yang dianut oleh organisasi tersebut memperkuat ikatan emosional seseorang terhadap organisasi. Menurut Quick dan Nelson (2009:550), ketika karyawan menginternalisasi nilai-nilai perusahaan, mereka menemukan bahwa pekerjaan secara intrinsik bermanfaat dan mengidentifikasi karyawan dengan sesama karyawan. "*When employees internalize the values of the company, they find their work intrinsically rewarding and identify with their fellow workers.*" Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai berpengaruh terhadap komitmen afektif. Semakin tinggi skor karyawan menginternalisasi nilai-nilai organisasinya, semakin tinggi pula komitmen afektif.

Pengaruh Langsung Kepercayaan terhadap Komitmen Afektif

Pengujian hipotesis kedua menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung kepercayaan terhadap komitmen afektif. Pengaruh langsung kepercayaan bersifat positif, dimana semakin tinggi tingkat kepercayaan seorang karyawan terhadap organisasinya menyebabkan semakin tinggi pula

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

tingkat komitmen afektif karyawan tersebut. Begitu pula sebaliknya, apabila tingkat kepercayaan rendah, maka komitmen afektif orang-orang yang bekerja di dalamnya juga ikut menjadi lemah. Kesimpulan di atas diperkuat oleh pendapat Robbins dan Judge (2011:394) bahwa tentang identifikasi berbasis kepercayaan (*identification-based trust*). Tingkat tertinggi kepercayaan dicapai bila ada hubungan emosional antara pihak-pihak yang berkepentingan. Identifikasi berbasis kepercayaan hanya akan terjadi apabila dikembangkan sikap saling pengertian antar masing-masing pribadi. *“The highest level of trust is achieved when there is an emotional connection between the parties.”* McShane dan Von Glinow (2010:252) menambahkan, identifikasi yang berbasis kepercayaan didasarkan pada sikap saling pengertian dan ikatan emosional antara anggota tim ketika mereka berpikir, merasa, dan bertindak bersama. *“Identification-based trust is based on mutual understanding and an emotional bond among team members. It occurs when team members think, feel, and act like each others.”* Colquitt, Lepine, dan Wesson (2011:240) menyebutkan bahwa, *“trust has a strong positive effect on commitment.”* Kepercayaan memiliki pengaruh positif yang kuat pada komitmen. Karyawan yang bersedia menerima otoritas cenderung mempunyai tingkat yang lebih tinggi pada komitmen afektif. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap komitmen afektif. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang terhadap organisasi, semakin tinggi pula komitmen afektif.

Pengaruh Langsung Nilai terhadap Kepercayaan

Pengujian hipotesis ketiga menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh langsung nilai terhadap kepercayaan. Pengaruh langsung kepercayaan bersifat positif, di mana semakin tinggi tingkat pemahaman seseorang terhadap nilai-nilai organisasi menyebabkan semakin tinggi

pula tingkat kepercayaan karyawan terhadap organisasi. Sebaliknya, apabila tingkat pemahaman nilai-nilai organisasi rendah, maka kepercayaan orang-orang yang bekerja di dalamnya juga mengalami penurunan. Kesimpulan di atas diperkuat oleh pendapat Gibson, Ivancevich, Donnelly dan Konopaske (2012:252), *“organization that value employee honesty, openness, and collaborative processes with high employee involvement are more likely to stimulate trusting cultures than those who do not”*. Organisasi yang memiliki nilai kejujuran, keterbukaan, dan proses kolaboratif dengan keterlibatan yang tinggi dari para karyawan lebih mungkin untuk merangsang tumbuhnya budaya mempercayai daripada mereka yang tidak melakukannya. Cummings dan Worley (2001:56-57) menambahkan bahwa *“values have played an important role in organization... they have sought to build trust and collaboration; to create an open, problem solving climate; and to increase the self-control of organization member.* Nilai berusaha membangun rasa kepercayaan dan kolaborasi, menciptakan iklim, memecahkan masalah secara terbuka, dan meningkatkan pengendalian diri. Jadi dapat disimpulkan bahwa nilai berpengaruh terhadap kepercayaan. Semakin tinggi efektivitas nilai yang dipahami seseorang tentang organisasinya, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan.

Pengaruh Tidak Langsung Nilai terhadap Komitmen Afektif melalui Kepercayaan

Pengujian hipotesis keempat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh tidak langsung nilai terhadap komitmen afektif melalui kepercayaan. Pengaruh nilai terhadap kepercayaan bersifat positif, artinya semakin tinggi efektivitas pemahaman nilai akan menyebabkan semakin tinggi pula tingkat kepercayaan karyawan, yang pada akhirnya memperkuat komitmen afektif karyawan tersebut terhadap organisasi.

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

Sebaliknya, jika efektivitas pemahaman akan nilai-nilai organisasi lemah, maka akan berdampak pada menurunnya tingkat kepercayaan seorang karyawan yang pada akhirnya menyebabkan lemahnya komitmen afektif terhadap organisasi.

Kesimpulan di atas diperkuat oleh pendapat McShane dan Von Glinow (2010:128), *"...one of the key influences on organizational commitment is the employment relationship. In particular, affective commitment is sensitive fulfillment..."* Salah satu kunci

yang mempengaruhi komitmen organisasi adalah hubungan kerja, khususnya, komitmen afektif sebagai pemenuhan perasaan.

Karyawan mengidentifikasi dengan dan merasa berkewajiban untuk bekerja hanya ketika mereka percaya terhadap organisasi. *"Trust is important for organizational commitment because it touches the heart of the employment relationship. Employees identify with and feel obliged to work for an organization only when they trust."* Jadi dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan komitmen afektif,

masa sangat penting untuk memperkuat efektivitas pemahaman akan nilai-nilai organisasi dan kepercayaan terhadap organisasi. Dengan kata lain, komitmen afektif dipengaruhi oleh nilai dan kepercayaan.

I. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa, (1) terdapat pengaruh langsung positif nilai terhadap komitmen afektif. Besarnya kontribusi nilai yang

secara langsung berpengaruh terhadap komitmen afektif adalah 28,20%.

Berdasarkan temuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat pengaruh langsung nilai terhadap komitmen afektif dapat diterima. (2)

Terdapat pengaruh langsung positif kepercayaan terhadap komitmen afektif.

Besarnya kontribusi kepercayaan yang

secara langsung berpengaruh terhadap komitmen afektif adalah 5,52%.

Berdasarkan temuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat pengaruh langsung kepercayaan terhadap komitmen afektif dapat diterima. (3)

Terdapat pengaruh langsung positif nilai terhadap kepercayaan. Besarnya kontribusi nilai yang

secara langsung berpengaruh terhadap kepercayaan adalah 35,88%.

Berdasarkan temuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat pengaruh langsung nilai terhadap kepercayaan dapat diterima. (4)

Terdapat pengaruh tidak langsung nilai terhadap komitmen afektif melalui kepercayaan. Besarnya kontribusi nilai yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap komitmen afektif melalui kepercayaan adalah 7,5%.

Berdasarkan temuan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan terdapat pengaruh tidak langsung nilai terhadap komitmen afektif melalui kepercayaan dapat diterima.

Saran

Beberapa hal yang disarankan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) Bagi pihak sekolah (yayasan) hendaknya secara berkala memberikan pembinaan untuk penanaman nilai dan peningkatan kepercayaan guru dengan memberikan

kesempatan bagi guru untuk mengembangkan diri, misalnya melalui seminar dan training. (2) Bagi guru,

aktualisasikan nilai pribadi dan organisasi dapat meningkatkan kepercayaan dan memperkuat aspek emosional dalam hal ini komitmen afektif guru terhadap sekolah. (3) Bagi guru

diharapkan mampu meningkatkan kepercayaan terhadap sesama rekan guru

dan pihak sekolah (yayasan) dalam proses belajar mengajar dan keterikatannya sebagai orang karyawan sehingga mampu meningkatkan komitmen afektif guru terhadap organisasi. (4) Bagi para peneliti agar menindaklanjuti penelitian ini melalui penelitian-penelitian serupa dengan mengembangkan variabel-

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

variabel bebas, jumlah responden, dan cakupan wilayah penelitian. Hal ini disebabkan masih banyak faktor yang mempengaruhi variabel komitmen afektif selain nilai dan kepercayaan, dan karakteristik responden dari wilayah penelitian yang beragam menjadi bahan perbandingan dengan tesis yang penulis buat.

DAFTAR PUSTAKA

- Borg, W.R. dan M.D. Gall, 1983 *Educational Research*. New York & London: Longman.
- Colquitt, J.A, J.A. Lepine, dan M.J. Wesson, 2009 *Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment at the Workplace*. USA: McGraw-Hill.
- Cummings, T.G. dan C.G. Worley, 2001. *Organization Development and Change*. USA: South-Western College Publishing.
- Fisher, Colin dan Alan Lovell, 2009. *Business Ethics and Values*. England: FT Prentice Hall.
- George, J.M. dan G.R. Jones. 2005. *Understanding and Managing: Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson.
- Gibson, J.L., J.M. Ivancevich, J.H. Donnelly, dan R. Konopaske, 2012. *Organizations: Behavior, Structure, Processes*. Singapore: McGraw-Hill.
- Greenberg, J, 2010. *Managing Behavior in Organization*. USA: Pearson, 2010.
- Hellriegel, D, J.W. Slocum, dan R.W. Woodman, 2001. *Organizational Behavior*. USA: South-Western College Publishing.
- Ismanto, A. "Bupati Peringatkan Sekolah-Sekolah Swasta." <http://nasional.kompas.com>, 22 Juni 2008 (diakses 5 Juli 2012).
- Karina. "Pembentukan Komitmen." <http://www.rumahbelajarpsikologi.com> (diakses 18 Desember 2011).
- Kolb, D.A., J.S. Osland, dan I.M. Rubin, 1995. *Organizational Behavior: An Experiential Approach*. New Jersey: Prentice-Hall International.
- Kreitner, R. dan A. Kinicki 2007. *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- _____. 2010. *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill, 2010.
- Kusumah, W. "Catatan Harian Seorang Guru: Menciptakan Sekolah Yang Berkarakter." <http://lifestyle.kompasiana.com>, 15 Maret 2012 (diakses 5 Juli 2012).
- Luthans, F. 2008. *Organizational Behavior*, Singapore, McGraw-Hill Companies.
- Luthans, F. dan J.P. Doh, 2009. *International Management: Culture, Strategy and Behavior*. New York: McGraw-Hill International.
- McClave, J.T., P.G. Benson, dan T. Sincich, 2011. *Statistic for Business and Economics*. Boston: Pearson, 2011.
- McShane, S.L. dan M.A. VonGlinow, 2010. *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Mullins, L.J, 2005. *Management and Organisational Behaviour*. England: Prentice Hall.
- Napitupulu, Ester Lince. "Pendidikan dan Pelatihan Guru Mesti Berkelanjutan." <http://nasional.kompas.com>, 3 Desember 2009 (diakses 5 Juli 2012).
- Newstrom, J.W, 2011. *Organizational Behavior: Human Behavior at Work*. Singapore: McGraw-Hill.
- Newstrom, J.W. dan K. Davis, 2002. *Organizational Behavior: Human Behavior at Work*. New York: McGraw-Hill.
- Quick, J.C, dan D.L. Nelson, 2009. *Principles of Organizational Behavior: Realities and Challenges*. USA: South-Western Cengage Learning.
- Robbins, S.P. dan T.A. Judge, 2007. *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson.
- _____. 2011. *Organizational Behavior*. New Jersey: Pearson.
-

Siga,

Pengaruh Nilai dan Kepercayaan Terhadap Komitmen Afektif: Studi Kausal Terhadap Guru Di Sekolah Bogor Raya National Plus Bogor

Schermerhorn, J.R., J.G. Hunt, R.N. Osborn,
danUhl-Bien, 2011. *Organizational
Behavior*. USA: John Wiley and Sons.

Schermerhorn, J.R., 2010. *Introduction to
Management*. Asia: John Wiley &
Sons.

*Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005
tentang Guru dan Dosen Pasal 4.*

Vecchio,R.P. 2006. *Organizational
Behavior: Core Concepts*. Thomson
South Western.
