

Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasi Dan Komunikasi Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan Melalui Kepuasan Kerja

Muhamad Fauzi¹, I Gusti Agung Aju Nitya Dharmani², Damarsari Ratnasahara Elisabeth³

^{1,2,3} Universitas Narotama, Surabaya, Indonesia

³ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika, Surabaya, Indonesia.

Korespondensi: aju.dharmani@narotama.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di PT. Multiguna International Persada, Surabaya, Jawa Timur dengan tujuan untuk menganalisis pengaruh secara langsung maupun tidak langsung variabel dukungan organisasi, komunikasi organisasi dan kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan. Populasi dari penelitian ini adalah karyawan PT. Multiguna International Persada dengan jumlah total 48 orang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel jenuh. Kuesioner dipergunakan sebagai teknik pengumpulan data dan untuk analisa data menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi dukungan organisasi dan komunikasi organisasi secara langsung dan tidak langsung berpengaruh terhadap loyalitas karyawan, dan kepuasan kerja mampu memediasi pengaruh persepsi dukungan organisasi dan komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan.

Kata kunci: dukungan organisasi, komunikasi organisasi, kepuasan kerja, loyalitas karyawan.

1. PENDAHULUAN

Perusahaan perlu melakukan upaya keras untuk dapat bertahan di era kompetisi global dimana persaingan semakin ketat di tengah munculnya perusahaan-perusahaan baru. Perusahaan-perusahaan tersebut hadir dengan membawa semangat dan pembaruan untuk memenangkan persaingan. Sebagaimana hukum alam, hanya perusahaan yang kuat yang akan mampu bertahan. Perusahaan yang tidak siap bersaing akan kesulitan untuk mempertahankan kelangsungan bisnisnya. Perusahaan yang lemah akan tersingkir dari persaingan.

Salah satu upaya perusahaan untuk bertahan ditengah kompetisi yang ketat adalah dengan meningkatkan loyalitas karyawan. Loyalitas karyawan merupakan kesetiaan karyawan kepada perusahaan tempatnya bekerja. Nitisemito (2015) menjelaskan bahwa loyalitas terhadap perusahaan merupakan sikap seberapa jauh seseorang karyawan mengidentifikasi perusahaan tempat dia bekerja dengan menunjukkan keinginan untuk bekerja dan berusaha yang terbaik. Karyawan yang loyal berarti karyawan yang setia tetap berada di perusahaan dan mengerahkan apa yang dimiliki untuk kepentingan perusahaan.

Adanya loyalitas karyawan yang tinggi maka akan membuat perusahaan mudah dalam menjalankan bisnisnya. Hal ini tidak terlepas dari karakteristik yang dimiliki oleh karyawan yang loyal. Menurut Kurniawan (2015) karyawan yang loyal yaitu yang memiliki ketaatan atau kepatuhan, bertanggung jawab, pengabdian dan kejujuran. Melalui karakter loyalitas tersebut karyawan dapat membantu perusahaan dalam mewujudkan tujuannya. Seseorang karyawan dengan loyalitasnya akan mempunyai motivasi yang kuat untuk tetap berada di perusahaan, mengembangkan perusahaan.

Loyalitas karyawan tidak terlepas dari adanya persepsi dukungan organisasi. Persepsi dukungan organisasi adalah penilaian individu atas penghargaan yang diberikan oleh perusahaan terhadap

kontribusi yang diberikan. Menurut Robbins (2016) persepsi dukungan organisasi merupakan tingkat sejauh mana individu memiliki keyakinan bahwa organisasi menghargai kontribusi mereka yang kemudian peduli terhadap kesejahteraan mereka. Dengan demikian persepsi dukungan organisasi merupakan pandangan yang dimiliki oleh karyawan atas rasa peduli organisasi kepada dirinya yang telah berkontribusi kepada perusahaan. Adanya persepsi dukungan organisasi yang positif akan mendorong karyawan untuk setia dengan perusahaan. Sebaliknya, karyawan yang merasa perusahaan tidak memedulikan kondisinya akan sulit untuk memberikan kesetiiaannya kepada perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan Nuswantoro (2021) menegaskan bahwa dukungan organisasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas. Hasil tersebut bermakna bahwa ada atau tidaknya dukungan organisasi kepada karyawan akan berdampak kepada tinggi rendahnya loyalitas karyawan.

Selain, persepsi dukungan organisasi, komunikasi organisasi juga dapat mendukung terciptanya loyalitas karyawan. Komunikasi organisasi adalah berlangsungnya proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan oleh individu kepada individu lain dalam organisasi. Purwanto (2011:4) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Penelitian yang dilakukan Anisatusa'dyah dan Yusuf (2020) menegaskan bahwa bahwa komunikasi dalam organisasi berefek nyata terhadap loyalitas karyawan. Hasil ini mengindikasikan bahwa baik buruknya komunikasi dalam organisasi akan berdampak kepada loyalitas karyawan.

Sebelum tercipta loyalitas karyawan dengan dukungan persepsi organisasi dan komunikasi organisasi, akan membentuk kepuasan kerja terlebih dahulu. Kepuasan kerja adalah rasa puas atau tidaknya seorang karyawan atas pekerjaan yang dijalankannya di perusahaan. Menurut Suparyadi (2015) kepuasan kerja merupakan suatu sikap positif yang didasarkan pada hasil evaluasi terhadap apa yang diharapkan akan diperoleh melalui upaya-upaya yang dilakukan dalam melaksanakan suatu pekerjaan dengan hasil atau ganjaran yang diterimanya. Dengan demikian, kepuasan kerja merupakan sikap umum seseorang dalam menghadapi pekerjaannya. Seseorang yang tinggi kepuasannya memiliki sikap positif terhadap pekerjaannya, sedangkan seseorang yang tidak memperoleh kepuasan didalam pekerjaannya memiliki sikap yang negatif terhadap pekerjaannya. Berdasarkan penelitian Aminudin dan Tasrif (2020) kepuasan kerja berdampak nyata terhadap loyalitas karyawan. Adanya kepuasan kerja akan menciptakan loyalitas yang tinggi. Seorang karyawan yang memiliki kepuasan kerja yang tinggi akan memiliki loyalitas tinggi, sebaliknya seseorang yang tidak mendapatkan kepuasan di dalam pekerjaannya akan mempunyai loyalitas yang rendah.

Dari pernyataan-pernyataan di atas dapat ditarik pertanyaan penelitian apakah dukungan organisasi dan komunikasi organisasi berpengaruh langsung dan tidak langsung terhadap loyalitas karyawan, dan apakah kepuasan kerja mampu memediasi pengaruh dukungan organisasi dan komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan.

2. TINJAUAN TEORI DAN HIPOTESIS

Kepuasan Kerja

Menurut Robbins dan Judge (2015) kepuasan kerja adalah “sikap umum terhadap pekerjaan seseorang yang menunjukkan perbedaan antara jumlah penghargaan yang diterima pekerja dan jumlah yang mereka yakini seharusnya mereka terima”. Kepuasan kerja merupakan respon afektif atau emosional terhadap berbagai segi atau aspek pekerjaan seseorang sehingga kepuasan kerja bukan merupakan konsep tunggal. Seseorang dapat relatif puas dengan salah satu aspek pekerjaan dan tidak puas dengan satu atau lebih aspek lainnya (Hasibuan, 2016).

Kepuasan Kerja merupakan sikap (positif) tenaga kerja terhadap pekerjaannya, yang timbul berdasarkan penilaian terhadap situasi kerja. Karyawan yang puas lebih menyukai situasi kerjanya daripada tidak menyukainya. Perasaan-perasaan yang berhubungan dengan kepuasan dan

ketidakpuasan kerja cenderung mencerminkan penaksiran dari tenaga kerja tentang pengalaman-pengalaman kerja pada waktu sekarang dan lampau daripada harapan-harapan untuk masa depan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat dua unsur penting dalam kepuasan kerja, yaitu nilai-nilai pekerjaan dan kebutuhan-Kebutuhan dasar (Robbins & Judge, 2015). Kinicki dan Fugate (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan kerja merupakan tanggapan afektif atau emosi terhadap berbagai fase pekerjaan seseorang. Pengertian ini menyatakan bahwa kepuasan kerja bukanlah konsep tunggal. Tepatnya, orang bisa relatif puas dengan satu atau beberapa aspek pekerjaannya, tetapi mungkin tidak puas dengan satu aspek atau beberapa aspek lain dari pekerjaannya. Sedangkan menurut Suparyadi (2015) kepuasan kerja dapat didefinisikan sebagai suatu sikap positif yang didasarkan pada hasil evaluasi terhadap apa yang diharapkan akan diperoleh melalui upaya-upaya yang dilakukan dalam melaksanakan suatu pekerjaan dengan hasil atau ganjaran yang diterimanya.

Dari beberapa definisi kepuasan kerja di atas dapat disimpulkan setiap orang yang bekerja mengharapkan dapat memperoleh kepuasan dari tempatnya bekerja. Pada dasarnya kepuasan kerja merupakan hal yang bersifat individual karena setiap individu akan memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda sesuai dengan nilai-nilai yang berlaku dalam diri setiap individu. Semakin banyak aspek dalam pekerjaan yang sesuai dengan keinginan individu, maka semakin tinggi tingkat kepuasan yang dirasakan.

Persepsi Dukungan Organisasi

Persepsi dukungan organisasi ialah kontribusi yang diberikan oleh individu kemudian mendapatkan perhatian dan kepedulian dari organisasi tentang kesejahteraan mereka. Teori ini mengartikan mereka percaya bahwa organisasi akan memberikan perhatian dan kesejahteraan yang layak sesuai dengan kontribusi kinerja yang dilakukan (Eisenberger dkk., 1986). Kemudian, Robbins (2016) mengatakan Persepsi dukungan organisasi adalah merupakan tingkat sejauh mana individu memiliki keyakinan bahwa organisasi menghargai kontribusi mereka yang kemudian peduli terhadap kesejahteraan mereka. Sementara menurut Ningrum (2013), persepsi dukungan organisasi ialah persepsi anggota mengenai sejauh mana organisasi memberi dukungan pada pegawai dan sejauh mana kesiapan organisasi dalam memberikan bantuan pada saat dibutuhkan.

Menurut Robbins dan Judge (2016) terdapat beberapa aspek persepsi dukungan organisasi yaitu meliputi:

- a. Penghargaan. Penghargaan finansial baik yang berwujud gaji, upah, insentif, atau tunjangan sudah amat populer. Namun penghargaan nonfinansial, seperti pujian, penerimaan, pengakuan atau yang lainnya tidak kalah pentingnya dalam meningkatkan kinerja karyawan.
- b. Kepedulian. Kepedulian menyiratkan tentang banyak hal, yaitu empati dan mengutamakan orang lain.
- c. Kesejahteraan. Kesejahteraan juga dikenal dengan kesejahteraan subjektif atau emosi, atau kebahagiaan. Pengertian lain kesejahteraan dikaitkan dengan tujuan hidup yang bermakna.

Menurut Rhoades dan Eisenberger (2002) persepsi dukungan organisasi memiliki beberapa dampak yang meliputi:

- a. Komitmen organisasi. Atas dasar norma timbal balik, persepsi dukungan organisasi akan menciptakan kewajiban untuk memperhatikan kesejahteraan organisasi. Kewajiban tersebut akan meningkatkan komitmen afektif karyawan terhadap organisasi.
- b. Efek terkait pekerjaan. Persepsi dukungan organisasi mempengaruhi reaksi afektif karyawan terhadap pekerjaannya, termasuk kepuasan kerja dan suasana hati yang positif. Kepuasan kerja mengacu pada sikap keseluruhan karyawan terhadap pekerjaannya. Persepsi dukungan organisasi berkontribusi terhadap kepuasan kerja dengan meningkatkan harapan penghargaan atas kinerja, dan memperlihatkan ketersediaan bantuan bila dibutuhkan.
- c. *Job Involvement*. Keterlibatan kerja mengarah pada identifikasi dan minat pekerjaan tertentu yang seseorang lakukan.
- d. Kinerja. Persepsi dukungan organisasi dapat meningkatkan standar kinerja karyawan dengan tindakan yang melampaui tanggung jawab yang sudah ditentukan sehingga dapat memberi keuntungan organisasi.

Persepsi Dukungan Organisasi Dan Kepuasan Kerja

Penelitian terdahulu tentang pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap kepuasan kerja telah dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain oleh Sari (2019) dan Maan dkk (2020). Hasil penelitian mereka membuktikan bahwa persepsi dukungan organisasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Dengan demikian maka dapat ditarik suatu hipotesis:

H1 : persepsi dukungan organisasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja.

Komunikasi Organisasi

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung (secara lisan) maupun tidak langsung (melalui media). (Hubeis dkk, 2012). Sementara Waynespaces dan Faules menyebutkan bahwa definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai petunjuk dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu (Ruliana, 2016). Depari (dalam Triana, Utami, & Ruhana, 2016) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian gagasan, harapan, dan pesan yang disampaikan melalui lambang tertentu, mengandung arti, dilakukan oleh penyampai pesan ditujukan kepada penerima pesan. Muhammad (2014:4) mengemukakan bahwa dalam kaitannya dengan komunikasi organisasi, komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun non verbal antara si pengirim dengan si penerima untuk mengubah tingkah laku. Perubahan tingkah laku maksudnya dalam pengertian yang luas yaitu perubahan yang terjadi di dalam diri individu mungkin dalam aspek kognitif, efektif atau psikomotor. Menurut Purwanto (2011) komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui suatu sistem yang biasa (lazim), baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun perilaku atau tindakan. Robbins dan Jugde (2015) mengatakan bahwa, “organizational commitment is defined as a state in which an employee identifies with a particular organization and its goals and wishes to maintain membership in the organization.” Komitmen organisasi didefinisikan sebagai keadaan di mana seorang karyawan mengidentifikasi diri dengan organisasi, tujuan organisasi dan keinginan untuk mempertahankan keanggotaan dalam organisasi. Selanjutnya menurut Davis dan Newstrom (dalam Suliyem, 2016) mengemukakan bahwa “organizational commitment, organizational degree to which an employee identifies with the organization and wants to continue actively participating in it. Like a strong magnetic force attracting one metallic object to another, it is a measure of the employee’s willingness to remain with a firm individu the future. It often reflect the employee’s belief individu the mission and goals of the firm willingness to expend effort individu their accomplishment and intention to continue working there.”

Menurut Redding and Saborn dalam Safari dkk. (2019) “komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Komunikasi organisasi ini antara lain, hubungan antar manusia, komunikasi dari atasan kepada bawahan, seperti : komunikasi dari bawahan kepada atasan, komunikasi dengan sesama rekan kerja, keterampilan berkomunikasi dan berbicara mendengarkan, menulis”. Menurut Katz dan Kahn dalam Safari dkk. (2019) “Bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi.” Berdasarkan definisi komunikasi organisasi menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses di mana karyawan atau anggota organisasi bertukar informasi di lingkungan perusahaan atau organisasi. Menurut Robbins (2016:7) arah komunikasi terdiri dari:

- a. Komunikasi dari atas ke bawah. Komunikasi yang mengalir dari satu tingkatan dalam kelompok atau organisasi ke tingkatan yang lebih rendah disebut komunikasi ke bawah.
- b. Komunikasi dari bawah ke atas. Komunikasi ke atas mengalir menuju tingkatan yang lebih tinggi dalam suatu kelompok atau organisasi.
- c. Komunikasi lateral. Komunikasi terjadi antara anggota dari kelompok kerja yang sama, di antara anggota dari kelompok kerja pada tingkatan yang sama, antar manajer pada tataran yang sama atau diantara individu-individu yang setara secara horizontal.

Komunikasi Organisasi Dan Kepuasan Kerja

Beberapa penelitian terdahulu tentang pengaruh komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja telah dilakukan oleh Safari dkk (2019) dan Mawarni (2018) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Dengan demikian maka dapat dibuat suatu hipotesis:

H2: komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja

Loyalitas Karyawan

Loyalitas kerja didefinisikan oleh Sudimin (2003) sebagai kesediaan karyawan untuk turut berpartisipasi mencapai tujuan perusahaan dengan menggunakan seluruh kemampuan, keterampilan, pikiran dan waktu dan menjaga rahasia perusahaan serta tidak melakukan kegiatan yang mengakibatkan perusahaan rugi. Loyalitas dirumuskan oleh Sudimin (2003) sebagai kesetiaan kepada seseorang dan tidak menjadi pengkhianat ketika dibutuhkannya. Robbins (2015) mengutarakan bahwa loyalitas adalah kerelaan untuk memproteksi serta menyelamatkan perasaan dan fisik seseorang. Siswanto (2005) mengartikan loyalitas sebagai suatu tekad dan kesediaan mematuhi, melakukan, dan mendistribusi sesuatu yang ditaati dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran. Agustian (2009) mendefinisikan loyalitas sebagai kesetiaan terhadap prinsip yang diyakini. Loyalitas karyawan didefinisikan sebagai sikap emosional yang menggembirakan dan menyukai pekerjaannya (Dessler, 2015). Pada dasarnya loyalitas bisa diartikan sebagai kesetiaan seseorang terhadap suatu hal bisa berupa kesetiaan fisik maupun non fisik seperti perhatian dan pikiran. Untuk bisa sukses dalam mencapai tujuan perusahaan maka perusahaan mutlak memerlukan karyawan dengan loyalitas tinggi. Hasibuan (2016) berpendapat bahwa karyawan menunjukkan loyalitas dengan keikhlasan karyawan untuk membela dan menjaga perusahaan tempat dia bekerja dari gangguan orang yang ingin menjatuhkan perusahaan. Pendapat serupa diutarakan oleh Poerwadarminta (2002) loyalitas merupakan kepercayaan, pengabdian dan kesetiaan yang dipersembahkan kepada seseorang atau instansi, dimana didalamnya ada tanggung jawab dan cinta serta berperilaku dan memberikan pelayanan terbaik. Nitisemito (2015) mengutarakan, loyalitas terhadap perusahaan adalah sikap, yaitu seberapa jauh seseorang karyawan mengidentifikasikan perusahaan tempat dia bekerja dengan menunjukkan keinginan untuk bekerja dan berusaha yang terbaik dan loyalitas terhadap perusahaan merupakan perilaku, yaitu suatu keputusan seseorang untuk tetap tinggal di perusahaan. Robbins (2006) berpendapat bahwa loyalitas berhubungan dengan tingkat kepercayaan yaitu suatu keinginan untuk menyelamatkan dan melindungi seseorang. Apabila loyalitas dan kepercayaan terhadap suatu hal dimiliki oleh seseorang, maka orang tersebut rela berkorban dan setia terhadap hal yang diyakininya. Dengan demikian, loyalitas mempunyai korelasi positif terhadap tingkat kepercayaan, semakin tinggi level kepercayaan karyawan kepada perusahaan, maka level loyalitas karyawan tersebut terhadap perusahaan juga semakin tinggi.

Purwopoespito (2014), mengutarakan bahwa loyalitas kepada pekerjaan dicerminkan oleh sikap karyawan yang mendedikasikan kemampuan dan keahlian yang dimiliki, melakukan pekerjaan dengan tanggung jawab, jujur dan disiplin dalam bekerja. Loyalitas kerja para karyawan terhadap perusahaan akan dapat menciptakan rasa tanggung jawab dan menimbulkan semangat dan motivasi kerja (Nitisemito, 2015). Agar dapat menciptakan loyalitas karyawan terhadap perusahaan maka perusahaan harus berusaha agar karyawan merasa ikut memiliki perusahaan. Dengan perasaan ikut memiliki perusahaan maka karyawan akan juga ikut merasakan perkembangan perusahaan. Berdasarkan definisi yang diutarakan oleh para ahli diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa loyalitas kerja adalah merupakan kesetiaan karyawan terhadap perusahaan yang ditunjukkan melalui keinginan yang kuat untuk tetap berada dalam perusahaan dan bekerja dengan baik untuk kemajuan perusahaan tersebut serta rela berkorban dan melakukan kegiatan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Steers dan Porter (1983) menjeaskan beberapa aspek loyalitas antara lain: motivasi yang kuat untuk tetap menjadi anggota perusahaan, motivasi untuk bekerja sebaik mungkin dan memiliki keyakinan yang pasti terhadap nilai-nilai perusahaan. Sedangkan (Nitisemito, 2015) menekankan aspek loyalitas pada aktivitas kerja karyawan antara lain: mentaati peraturan, menunjukkan sikap kerja yang bertanggung jawab. Sekap mentaati peraturan ditunjukkan dengan memiliki tekad dan kesediaan untuk mematuhi segala peraturan, perintah dari perusahaan dan tidak melanggar larangan

yang telah ditetapkan baik secara lisan maupun tertulis. Tanggung jawab yang dicirikan dengan kesediaan karyawan dalam melakukan pekerjaan dengan hasil terbaik dan kesadaran terhadap resiko dalam mengemban tugas akan memberikan pemahaman tentang kesediaan dan keberanian menanggung rasa tanggung jawab ini akan menciptakan loyalitas kerja. Aspek loyalitas menurut Kurniawan (2015) adalah sebagai berikut : a) Taat dan patuh, b) tanggung jawab, c) pengabdian dan d) kejujuran. Taat adalah kesanggupan seorang karyawan untuk mematuhi segala peraturan perusahaan yang berlaku dan mematuhi perintah atasan, serta bersedia tidak melanggar larangan yang ditetapkan. Tanggung jawab ditandai dengan kesediaan seorang karyawan dalam melaksanakan pekerjaan sampai selesai dengan hasil yang baik, tepat waktu serta berani menanggung resiko terhadap keputusan yang dibuat atau tindakan yang diambil. Pengabdian, yaitu sumbangsih pemikiran dan tenaga kepada perusahaan dengan penuh keikhlasan dan kejujuran, adanya keserasian antara yang diucapkan dengan kenyataan. Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas kerja merupakan kesetiaan karyawan terhadap perusahaan. Seseorang karyawan dengan loyalitas kerja yang tinggi akan memiliki motivasi yang kuat untuk tetap menjadi berada di perusahaan, motivasi yang tinggi untuk mengembangkan perusahaan, mempunyai kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan.

Nitisemito (2015) mengutarakan beberapa ciri khas karyawan yang mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan, antara lain adalah:

- a. Siap bekerja melebihi kondisi biasa
- b. bangga terhadap kinerja perusahaan
- c. merasa terinspirasi
- d. Siap mengorbankan kepentingan pribadi, dan
- e. Merasa ada kesesuaian nilai dengan perusahaan.

Persepsi Dukungan Organisasi Dan Loyalitas Karyawan

Penelitian terdahulu tentang pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap loyalitas karyawan telah dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain oleh Nuswantoro (2021) dan Gani dkk (2021). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa persepsi dukungan organisasi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan. Dengan demikian dapat disusun suatu hipotesis:

H3: persepsi dukungan organisasi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan.

Komunikasi Organisasi Dan Loyalitas Karyawan

Para peneliti telah melakukan penelitian tentang pengaruh komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan, penelitian ini dilakukan oleh Yusuf (2020) dan Andriani dkk (2020). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan. Dengan demikian dapat dibuat suatu hipotesis:

H4: komunikasi organisasi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan.

Kepuasan Kerja Dan Loyalitas Karyawan

Penelitian terdahulu tentang pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan telah dilakukan oleh beberapa peneliti antara lain oleh Zanabazar dan Jigjiddorj (2018) dan Aminudin dan Tasrif (2020). Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan kerja berpengaruh terhadap loyalitas karyawan. Dengan demikian dapat dibuat suatu hipotesis:

H5: kepuasan kerja berpengaruh terhadap loyalitas karyawan.

Kepuasan Kerja Memediasi Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasi Terhadap Loyalitas Kerja

Penelitian Nuswantoro (2021) dan Gani dkk (2021) telah membuktikan bahwa persepsi dukungan organisasi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan. Penelitian Sari (2019) dan Maan dkk (2020) membuktikan bahwa persepsi dukungan organisasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Penelitian Zanabazar dan Jigjiddorj (2018) dan Aminudin dan Tasrif (2020) membuktikan bahwa kepuasan kerja berpengaruh terhadap loyalitas karyawan. Dengan demikian dapat dibuat suatu hipotesis:

H6: persepsi dukungan organisasi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan melalui kepuasan kerja.

Kepuasan Kerja Memediasi Pengaruh Komunikasi Organisasi Terhadap Loyalitas Karyawan

Penelitian Safari dkk (2019) dan Mawarni (2018) membuktikan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh terhadap kepuasan kerja. Penelitian Yusuf (2020) dan Andriani dkk (2020) membuktikan bahwa komunikasi organisasi berpengaruh terhadap loyalitas karyawan. Penelitian Zanabazar dan Jigjiddorj (2018) dan Aminudin dan Tasrif (2020) membuktikan bahwa kepuasan kerja berpengaruh terhadap loyalitas karyawan. Dengan demikian dapat dibuat suatu hipotesis:

H7: kepuasan kerja berpengaruh terhadap loyalitas karyawan melalui kepuasan kerja



Gambar 1: Model Penelitian

3. METODE

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Multiguna Internasional Persada Kantor Regional Timur di Surabaya yang berjumlah 48 orang. Teknik untuk menentukan besarnya sampel menggunakan sampel jenuh, artinya dari seluruh populasi sebanyak 48 orang diambil semua sebagai sampel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner yang dipergunakan menggunakan skala Likert dengan lima pilihan, mulai dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju.

Teknik Analisa Data

Teknik analisa data dalam penelitian ini memaki regresi linier berganda dengan bantuan Program SPSS for windows.

4. PEMBAHASAN DAN HASIL

Path Analysis (Analisa Jalur)

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis jalur (*path analysis*). Model *path analysis* (analisis jalur) merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2018).

Koefisien Jalur Model I

Table 1. Regresi Model I

Model	Coefficients ^a				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Beta		
	B	Std. Error				
(Constant)	4,988	1,538			3,244	,001
1 Variabel PDO	,172	,054	,204		3,169	,002
Variabel KO	,540	,065	,536		8,333	,000

a. Dependent Variable: Variabel KK

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel yaitu persepsi dukungan organisasi dan komunikasi organisasi adalah lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dari persepsi dukungan organisasi dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja.

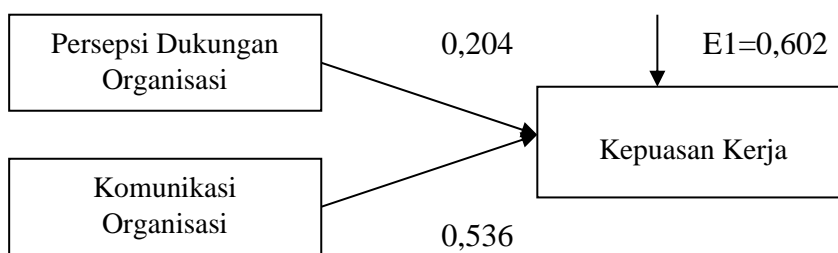
Tabel 2. Hasil Analisa Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 ^a	,398	,390	3,098

a. Predictors: (Constant), Variabel PDO, Variabel KO

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya R² atau R square adalah 0,398. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh persepsi dukungan organisasi dan komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja adalah sebesar 39,8%; sementara sisanya yaitu 60,2% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berikut diagram jalur model struktur I dalam penelitian ini:



Gambar 2 : Diagram Jalur Model I

Koefisien Jalur Model II

Berikut hasil analisis regresi model II:

Tabel 3. Regresi Model II

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,363	,175		2,072	,040
1 Variabel PDO	,172	,006	,439	27,920	,000
Variabel KO	,210	,009	,447	24,498	,000
Variabel KK	,171	,009	,367	19,630	,000

a. Dependent Variable: Variabel LK

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi dari ketiga variabel yaitu persepsi dukungan organisasi, komunikasi organisasi dan kepuasan kerja adalah lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan dari persepsi dukungan organisasi, komunikasi organisasi dan kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan.

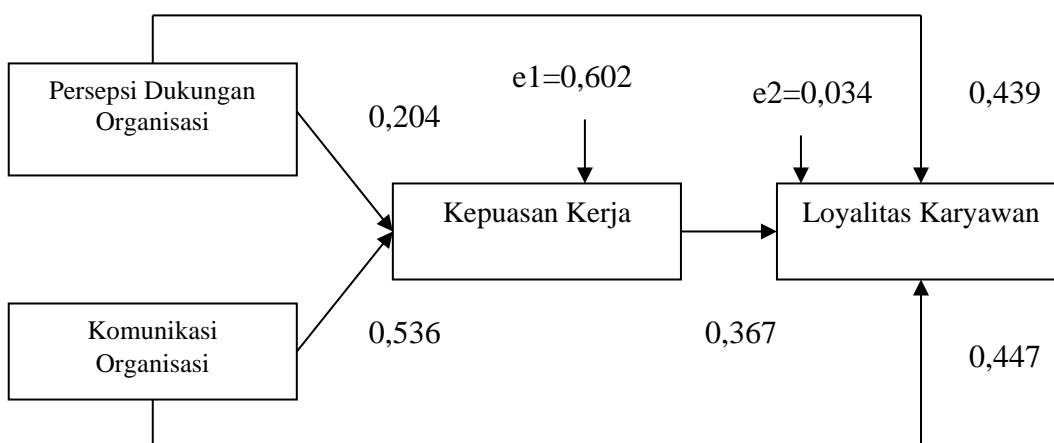
Tabel 4. Hasil Analisa Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,983 ^a	,966	,966	,342

a. Predictors: (Constant), Variabel KK, Variabel PDO, Variabel KO

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa besarnya R² atau R square adalah 0,996. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi atau sumbangan pengaruh persepsi dukungan organisasi, komunikasi organisasi dan kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan adalah sebesar 96,6%; sedangkan sisanya yaitu 3,4% merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berikut diagram jalur model struktur II dalam penelitian ini:



Gambar 3. Diagram Jalur Model II

Uji Hipotesis

1. Analisis pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap kepuasan kerja

Dari hasil analisis data diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ (Tabel 4.10) sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap kepuasan kerja.

2. Analisis pengaruh komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja
Dari hasil analisis data diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh komunikasi organisasi terhadap kepuasan kerja.
3. Analisis pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap loyalitas karyawan
Dari hasil analisis data diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap loyalitas karyawan.
4. Analisis pengaruh komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan
Dari hasil analisis data diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan.
5. Analisis pengaruh kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan
Dari hasil analisis data diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung terdapat pengaruh kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan.
6. Analisis pengaruh persepsi dukungan organisasi melalui kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan.
Diketahui bahwa pengaruh langsung yang diberikan variabel persepsi dukungan organisasi terhadap loyalitas kerja sebesar 0,439. Sedangkan pengaruh tidak langsung persepsi dukungan organisasi melalui kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan adalah perkalian antara nilai beta variabel persepsi dukungan organisasi terhadap kepuasan kerja dengan nilai beta variabel kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan yaitu: $0,204 \times 0,367 = 0,074$. Maka pengaruh total yang diberikan persepsi dukungan organisasi terhadap loyalitas karyawan adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu: $0,439 + 0,074 = 0,513$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,439 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,513 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung variabel persepsi dukungan organisasi melalui kepuasan kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan.
7. Analisis pengaruh komunikasi organisasi melalui kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan.
Diketahui pengaruh langsung yang diberikan komunikasi organisasi terhadap kinerja karyawan adalah 0,447. Sedangkan pengaruh tidak langsung komunikasi organisasi melalui kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan adalah perkalian antara nilai beta variabel komitmen organisasi terhadap kepuasan kerja dengan nilai beta variabel kepuasan kerja terhadap loyalitas karyawan yaitu: $0,536 \times 0,367 = 0,196$. Maka pengaruh total yang diberikan komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan adalah pengaruh langsung ditambah dengan pengaruh tidak langsung yaitu: $0,447 + 0,196 = 0,643$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, diperoleh nilai pengaruh langsung sebesar 0,447 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,643 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dari pengaruh langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung variabel komunikasi organisasi melalui kepuasan kerja mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan.

5. KESIMPULAN

Dari hasil analisa data yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain sebagai berikut:

Persepsi dukungan organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan PT Multiguna Internasional Persada Kantor Regional Timur di Surabaya. Hal ini berarti semakin baik dukungan organisasi yang diberikan oleh pimpinan perusahaan maka kepuasan kerja karyawan akan semakin meningkat.

Komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan PT. Multiguna Internasional Persada Kantor Regional Timur di Surabaya. Hal ini mengindikasikan bahwa apabila perusahaan mampu melakukan komunikasi dengan karyawan dengan baik maka maka kepuasan kerja karyawan tersebut juga mengalami peningkatan.

Persepsi Dukungan Organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan PT. Multiguna Internasional Persada Kantor Regional Timur di Surabaya. Hal ini berarti bahwa apabila persepsi dukungan organisasi menjadi lebih baik maka akan berpengaruh dan meningkatkan loyalitas karyawan. Karyawan yang memiliki persepsi yang baik terhadap perusahaan tempat dia bekerja akan lebih bersemangat dalam bekerja sehingga dapat meningkatkan loyalitas karyawan.

Komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan karyawan PT. Multiguna Internasional Persada Kantor Regional Timur di Surabaya. Adanya komunikasi yang baik antar pimpinan perusahaan dengan karyawan akan mampu menciptakan loyalitas karyawan dalam bekerja sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Karyawan akan merasa nyaman dalam bekerja dan menimbulkan semangat kerja untuk mendapatkan hasil yang diharapkan oleh perusahaan apabila terdapat komunikasi yang baik antara pimpinan perusahaan dengan karyawan.

Kepuasan kerja berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan karyawan PT. Multiguna Internasional Persada Kantor Regional Timur di Surabaya. Apabila karyawan mendapatkan kepuasan terhadap pekerjaannya maka loyalitas karyawan tersebut akan meningkat, begitu pula sebaliknya apabila kepuasan kerja karyawan menurun maka loyalitas karyawan akan menurun pula.

Persepsi dukungan organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan melalui kepuasan kerja karyawan PT Multiguna Internasional Persada Kantor Regional Timur di Surabaya. Apabila dukungan organisasi dinaikkan maka akan berpengaruh dan meningkatkan loyalitas karyawan yang ada. Adanya dukungan organisasi membuat karyawan lebih loyal dalam bekerja sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja. Pada sisi lain, adanya kepuasan kerja dianggap memediasi pengaruh persepsi dukungan organisasi terhadap loyalitas karyawan. Hal ini dikarenakan adanya dukungan organisasi yang tinggi dengan diimbangi dengan adanya kepuasan kerja karyawan, maka karyawan tersebut akan sangat loyal terhadap perusahaan tempat dia bekerja.

Komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas karyawan melalui kepuasan kerja karyawan PT Multiguna Internasional Persada Kantor Regional Timur di Surabaya. Adanya komunikasi yang baik yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan kepada karyawan akan sangat mendukung karyawan dalam bekerja sehingga dapat meningkatkan loyalitas karyawan. Karyawan akan merasa nyaman dalam bekerja dan menimbulkan semangat kerja untuk mendapatkan hasil yang diharapkan oleh perusahaan apabila terdapat komunikasi yang baik antara pimpinan perusahaan dengan karyawan.

Pada sisi lain, adanya kepuasan kerja dianggap memediasi pengaruh komunikasi organisasi terhadap loyalitas karyawan. Hal ini dikarenakan adanya komunikasi yang baik antara pimpinan perusahaan dengan karyawan dengan diimbangi dengan adanya kepuasan kerja karyawan maka membuat karyawan tersebut tidak segan untuk mendedikasikan dirinya pada perusahaan tersebut dan menunjukkan loyalitas yang tinggi pada perusahaan tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- Aminudin., & Tasrif, A. (2020). Pengaruh Kepuasan Kerja terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Kasus pada PT Veritra Sentosa Internasional). *Scientia Regendi*, 2(1), 65-71.
- Andriani, D. A., Wibisono, C., Satriawan, B., & Adi, N. R. (2020). Determination of Intrinsic Motivation, Organizational Culture, and Organizational Communication towards Work Loyalty with Work Satisfaction as an Intervening Variable. *Psychosocial: Internasional Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(6).
- Anisatusa'dyah., & Yusuf, M. (2020). Pengaruh Kompensasi dan Komunikasi dalam Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan KSPPS BMT Surya Raharja Pusat Kab. Tuban. *Jurnal Oportunitas Unirow Tuban*, 1(2).
- Bungin, B. (2013). *Metode Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-Format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasara*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Churphy, G. J., Ginnett, R. C., & Hughes, R. L. (2012). *Leadership Memperkaya Pelajaran Dari Pengalaman*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>.
- Gani, N. A., Farhati, H., Priharti, A., Darto., & Sutrisno. (2021). The Impact Of Perceived Organizational Support And Job Involvement To Employee Loyalty In PT. Bank Rakyat Indonesia Of Kebayoran Baru Branch Office. *Business and Entrepreneurial Review*, 21(2), 323-332.
- Goldhaber, G. M. (1986). *Organizational Communication*. Dubuque: Wm C Brown Publishers.
- Hubeis, M., Kartika, L., Dhewi, R. M., Baihaqi, H. (2012). *Komunikasi Profesional : Perangkat Pengembangan Diri*. Bogor: IPB Press.
- Maan, A. T., Abid, G., Butt, T. H., Ashfaq, F., & Ahmed, S. (2020). Perceived Organizational Support and Job Satisfaction: A Moderated Mediation Model of Proactive Personality and Psychological Empowerment. *Future Business Journal*, 6(1), 1-12.
- Mawarni, I. (2018). Influence of Organizational Communication on Employee Satisfaction at PT. Perkebunan Nusantara III Sei Putih. *Journal of Management Science (JIMAS)*, 1(2), 54-57.
- Muhammad, A. (2014). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mujiasih, E. (2015). Hubungan antara Persepsi Dukungan Organisasi (Perceived Organizational Support) dengan Keterikatan Karyawan (Employee Engagement). *Jurnal Psikologi Undip*, 14(1), 20-51.
- Nuswantoro, M. A. (2021). Pengaruh Dukungan Organisasi, Budaya Organisasi terhadap Employee Engagement yang Berimplementasi pada Loyalitas (Studi Kasus Pada BPR Arto Moro Semarang). *SOLUSI : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 19(2), 102-111.
- Purwanto, D. (2011). *Komunikasi Bisnis*, Edisi Keempat. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Rhoades, L. & Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Robbins. (2016). *Organizational Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Robbins, S. P., Judge T. A. (2015). *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ruliana, P. (2016). *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- Safari, T., Zulkarnaen, W., & Nurhanipah, H. (2019). Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PD. BPR LPK Garut Kota Cabang Bayongbong. *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 3(2), 134-149.

-
- Sari, D. I., & Widyastuti, E. (2008). Loyalitas Karyawan ditinjau dari Persepsi terhadap Penerapan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K-3) Karyawan Bagian Produksi PT Wangsa Jatra Lestari. *Jurnal Fakultas Psikologi*, Universitas Setia Budi.
- Sari, N. K. (2019). Pengaruh Persepsi Dukungan Organisasi dan Keadilan Organisasi terhadap Kepuasan Kerja. *Psikoborneo*, 7(1), 120-128.
- Soegandhi, V. M., Eddy, M.S., & Roy, S. (2013). Pengaruh Kepuasan Kerja dan Loyalitas Kerja terhadap Organizational Citizenship Behavior pada Karyawan PT. Surya Timur Sakti Jatim. *AGORA JOURNAL*, 1 (1).
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyem, M. (2016). Pengaruh Komunikasi Organisasidan Kepuasan Kerja terhadap Komitmen Organisasi Guru SD Santo Fransiskus di Lampung. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 7(2).
- Thanos, CA., Pangemanan, S.S., dan Rumokoy, F.S. (2015) The Effect Of Job Satisfaction And Employee Motivation On Employee Loyalty (Case Study Of Pt Kimia Farma Apotek In Sam Ratulangi, Manado). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 15 (4), 313-321.
- Tjandra, H. C., Wijaya, A., & Thio, S. (2018). Pengaruh Perceived Organizational Support terhadap Komitmen Afektif Karyawan Hotel di Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 6(2).
- Triana, A., Utami, H. N., & Ruhana, I. (2016). Pengaruh Komunikasi Organisasi terhadap Knowledge Sharing dan Kinerja Karyawan (Studi pada Karyawan Hotel Gajah Mada Graha Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 35(2).
- Wahjono, S. I. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Zanabazar, A., & Jigjiddorj, S. (2018). Impact of Employees Satisfaction in Employee Loyalty, Retention and Organizational Performance. *Internasional Journal of Management and Applied Science*, 4(7), 51-55.
-