

**HUBUNGAN NILAI BUDAYA ORGANISASI
DENGAN KOMITMEN ORGANISASI PADA
KARYAWAN PT. BANK NASIONAL INDONESIA
SYARIAH**

Oleh:

LOLA PERMATA SARIE HARAHAP

NIM. 128600167



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2016**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/8/22

Access From (repository.uma.ac.id)16/8/22

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN NILAI BUDAYA ORGANISASI
DENGAN KOMITMEN ORGANISASI PADA
KARYAWAN PT. BANK NASIONAL
INDONESIA SYARIAH

NAMA MAHASISWA : LOLA PERMATA SARIE HARAHAP

NO STAMBUK : 12.860.0167

BAGIAN : PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI



Pembimbing I

Pembimbing II

(Hj. Cut Metia, S.Psi, M.Psi)

(Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi)

Kepala Bagian

Dekan

(Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi)

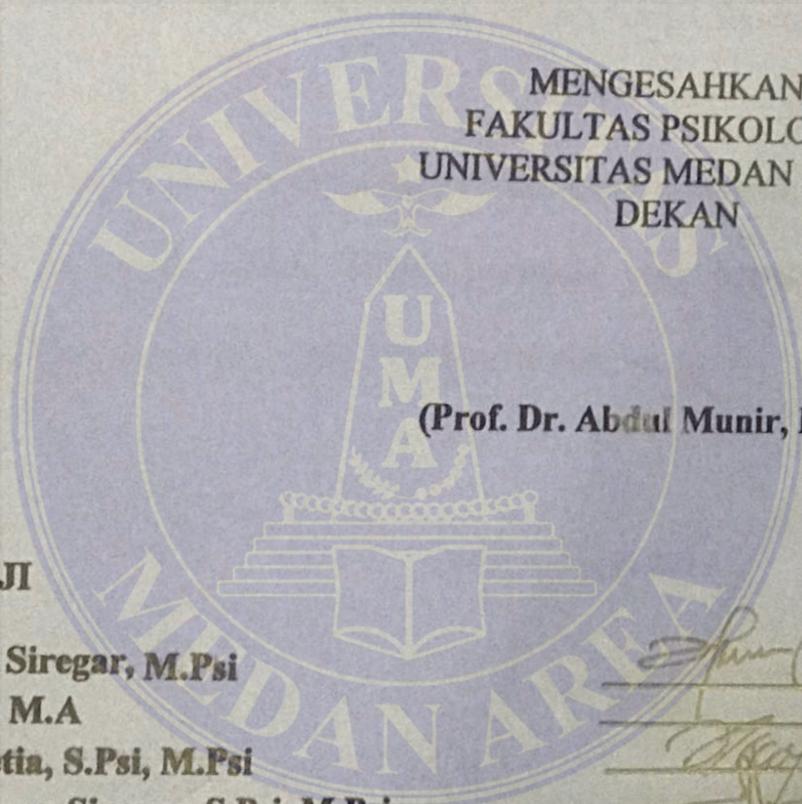
(Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd)

Tanggal Lulus :

LEMBAR PENGESAHAN

**DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA DAN DITERIMA UNTUK
MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MEMPEROLEH DERAJAT SARJANA (S1) PSIKOLOGI**

Pada Juni 2017



**MENGESAHKAN
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
DEKAN**

(Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd)

DEWAN PENGUJI

- 1. Drs. Mulia Siregar, M.Psi**
- 2. Azhar Azis M.A**
- 3. Hj. Cut Metia, S.Psi, M.Psi**
- 4. Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi**

(Handwritten signatures and lines)

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, Juni 2017


Lola Permata Sarie Harahap
12.860.0167

HUBUNGAN NILAI BUDAYA ORGANISASI DENGAN KOMITMEN ORGANISASI PADA KARYAWAN PT. BANK NASIONAL INDONESIA SYARIAH

Lola Permata Sarie Harahap

12.860.0167

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara Komitmen organisaisi dengan Nilai budaya organisasi pada karyawan PT. Bank Naional Indonesia Syariah Medan. Subjek penelitian adalah Nilai budaya organisasi karyawan PT. Bank Naional Indonesia Syariah Medan yang berjumlah 60 orang. Alat ukur yang digunakan adalah instrumen komitmen organisasi yang terdiri dari 25 item dan instrumen kepercayaan diri yang terdiri dari 25 item. Analisis data menggunakan teknik *r Product Moment*. Berdasarkan analisis data, diperoleh bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dinyatakan diterima, yaitu terdapat hubungan positif yang signifikan antara komitmen organisasi dengan nilai budaya organisasi. Artinya Semakin tinggi komitmen organisais maka nilai budaya organisasi pada karyawan semakin tinggi. Hal ini dibuktikan melalui perhitungan analisis *r Product Moment* dengan nilai atau koefisien (R_{xy}) = 0,996 dan koefisien determinan (R^2) = 0,227 dengan $p = 0.000 > 0,005$. Koefisien determinan (R^2) = 0,227 menunjukkan nilai budaya organisai dipengaruhi oleh komitmen organisasi sebesar 0,992%. Selanjutnya dilihat dari perhitungan mean hipotetik = 62,50 dan mean empirik 90,83 serta standart deviasi = 9.655 diketahui bahwa komitmen organisasi dalam kategori tinggi. Sedangkan nilai budaya organisasi dari perhitungan mean hipotetik = 62,50 dan mean empirik 90,92 serta standart deviasi = 9.414 diketahui bahwa nilai budaya organisasi dalam kategori tinggi.

Kata Kunci: Nilai budaya organisasi, komitmen organisasi, karyawan bank syariah

THE RELATIONSHIP OF ORGANIZATIONAL CULTURAL VALUES WITH ORGANIZATIONAL COMMITMENT IN EMPLOYEES OF PT. SHARIA INDONESIA NATIONAL BANK

Lola Permata Sarie Harahap

12.860.0167

Abstract

This study aims to determine empirically the relationship between organizational commitment and organizational culture values on employees of PT. National Bank of Indonesia Syariah Medan. The research subject is the value of the organizational culture of employees of PT. Bank Naional Indonesia Syariah Medan, totaling 60 people. The measuring instrument used is an organizational commitment instrument consisting of 25 items and a confidence instrument consisting of 25 items. Data analysis using r Product Moment technique. Based on data analysis, it was found that the hypothesis proposed in this study was accepted, namely that there was a significant positive relationship between organizational commitment and organizational culture values. This means that the higher the organizational commitment, the higher the value of organizational culture on employees. This is evidenced through the calculation of the Product Moment r analysis with a value or coefficient (R_{xy}) = 0.996 and the determinant coefficient (R^2) = 0.227 with $p = 0.000 > 0.005$. The coefficient of determinant (R^2) = 0.227 indicates the value of organizational culture is influenced by organizational commitment by 0.992%. Furthermore, judging from the calculation of the hypothetical mean = 62.50 and the empirical mean is 90.83 and the standard deviation = 9.655, it is known that organizational commitment is in the high category. While the value of organizational culture from the calculation of the hypothetical mean = 62.50 and the empirical mean is 90.92 and the standard deviation = 9.414, it is known that the value of organizational culture is in the high category.

Keywords: Organizational cultural values, organizational commitment, Islamic bank employees

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, kesabaran, kemudahan dan kelancaran bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini sampai selesai.

Skripsi yang berjudul “Hubungan Nilai Budaya Organisasi dengan Komitmen Organisasi pada Karyawan PT.BNI Syariah” ini disusun untuk melengkap seluruh kegiatan akademik yang sudah penulis laksanakan sekaligus sebagai salah satu persyaratan yang harus dipenuhi untuk memperoleh sarjana psikologi pada fakultas psikologi universitas medan area.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta kerja sama yang baik dari berbagai pihak, oleh karena itu sudah sepantasnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Teristimewa dan yang tercinta kepada kedua orang tuaku, mama Hamidah Sari Hutasuhut dan papa Mursaluddin Harahap yang tiada hentinya memberikan doa dan kasih sayangnya serta semangat semasa hidupnya dan selalu menjadi inspirasi penulis untuk menjadi kebanggaan keluarga.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ali Yakub Matondang M.A selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Kepada bapak Prof. Dr. H. Abdul Munir M.Pd, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
4. Kepada ibu Cut Metia S.Psi. M.Psi selaku pembimbing I yang telah menyediakan waktu untuk bimbingan ditengah rutinitas beliau yang sangat padat dan banyak memberikan arahan dan saran yang sangat bermanfaat kepada penulis guna penyempurnaan skripsi ini.

5. Kepada ibu Farida Hanum Srg S.Psi. M.Psi selaku pembimbing II yang telah banyak membantu, memberikan bimbingan, dan banyak memberi pelajaran berharga dalam hidup saya serta saran dan arahan guna penyelesaian skripsi ini.
6. Kepada Bapak Drs. Mulia Siregar, M.Psi selaku ketua sidang meja hijau. Terima kasih atas kesediaan waktu dan saran-saran yang telah ibu berikan kepada penulis.
7. Kepada Bapak Azhar Azis, S.Psi, MA selaku sekretaris sidang meja hijau. Terimakasih atas kesediaan waktunya.
8. Kepada Bapak Syafrizaldi S.Psi, M.Psi selaku kepala jurusan psikologi industri dan organisasi yang banyak membantu dan memberikan masukan yang bermanfaat.
9. Kepada Ibu Babby Hasmayni, M.Psi selaku dosen pembimbing akademik yang banyak memberikan masukan yang bermanfaat.
10. Kepada seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan penulis banyak hal mengenai psikologi selama penulis mengikuti perkuliahan.
11. Kepada seluruh staff Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Medan Area: Bang Mimi, Bang Janer , Bang Agus, Bang Putra, Kak Lili, Kak Citra, Bang Wandu, Kak Yanti dan Kak Tatik yang telah banyak membantu penulis dalam urusan administrasi.
12. Buat karyawan PT. BNI Syariah Medan yang telah meluangkan waktunya dalam mengisi alat ukur penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
13. Tersayang kakak saya Novita Sari Harahap, S.Pd yang selalu memberikan doa, motivasi, semangat dan dukungan.
14. Tersayang abang saya Brigadir Respalepi Lubis yang selalu memberikan doa, motivasi, semangat dukungan dan sudah mendengarin curhatan.
15. Kepada bapak H. Baharuddin Siagian, SH, M.Si selaku Kepala Dinas Pemuda Dan Olahrag Prov. Sumatera Utara, Bapak M.Tohir (Kabid) , S.Pd , Bunda Rhaikhana Syahbih Srg,SE (Kepala Seksi), Dina Meifitri

Ritonga, S.Si (Bendahara), Rino Hadi Soebakti, S.Sos dan Staff staff Bidang Layanan Kepemudaan yang selalu menyemangati untuk mengerjakan skripsi ini.

16. Seluruh teman Purna Paskibraka Indonesia SUMUT dan Dinas Pemuda Olahraga Prov. SU yang telah membantu dalam mendengarkan keluhan, memberikan motivasi selama perjalanan menyelesaikan tugas ini.
17. Buat sahabat terspecial Rizki Amelia teman seperjuangan yang selalu mendukung dan menemani menyelesaikan skripsi.
18. Buat sahabat- sahabat tersayang Puji Gustia Asril, Indah Tya L, Adila G, Amel N H, Elvi Syahri Nst, Eka Fadhillah, Djameluddin, Syarifah Shabrina, Leny Mahzura, dan Reza Siregar yang selalu siap siaga menemani, membantu, memberikan dukungan, masukan, dan semangat.
19. Dan untuk semua yang tidak disebutkan satu persatu, semoga Allah SWT membalas jasa-jasa dan kebaikan dengan pahala yang berlimpah (Amin).

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan kesalahan baik dalam kata, isi maupun tata tulisannya. Untuk itu peneliti mengharapkan saran dan sumbangan pikiran untuk kelengkapan karya tulis selanjutnya. Akhir kata semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah dan hidayah-Nya serta membalas segala amal baik semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah wawasan dan pengetahuan kita semua khususnya bagi peneliti pribadi.

Medan, Oktober 2016
Peneliti

LOLA PERMATA SARIE HARAHAP

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
------------------------	----------

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	01
B. Identifikasi Masalah	06
C. Batasan Masalah	06
D. Rumusan Masalah	06
E. Tujuan Penelitian	07
F. Manfaat Penelitian	07
1. Manfaat Teori	07
2. Manfaat Praktis	07

BAB II : TINJUAN PUSTAKA

A. Karyawan	08
1. Pengertian Karyawan	08
2. Jenis-jenis Karyawan	09
B. Komitmen Organisasi.....	10
1. Pengertian Komitmen Organisasi	10
2. Ciri-ciri Komitmen Organisasi.....	12
3. Pendekatan Komitmen Organisasi	13
4. Aspek-aspek Komitmen Organisasi.....	14
5. Bentuk-bentuk KomitmenOrganisasi.....	19
6. Faktor yang mempengaruhi Komitmen Organisasi	21
7. Proses terjadinya Komitmen Organisasi	22
C. Nilai Budaya Organisasi.....	25
1. Pengertian Budaya Organisasi	25
2. Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Budaya Organisasi	27
3. Aspek–Aspek Nilai Budaya Organisasi	29
4. Pengertian Nilai.....	38

5. Macam-macam Nilai	40
D. Hubungan Nilai Budaya Organisasi Dengan Komitmen	41
E. Kerangka	45
F. Hipotesis	46
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel Penelitian	47
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	47
C. Populasi Dan Sampel	48
1. Populasi	48
2. Sampel	49
3. Teknik Pengambilan Sample	49
D. Metode Analisis Data	50
E. Validitas Dan Reabilitas Alat Ukur	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reabilitas	53
F. Tehnik Analisa Data	54
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Orientasi Kacah Penelitian	52
1. Orientasi Kacah Penelitian	52
2. Visi dan Misi PT. Bank Nasional Indonesia Syariah	53
B. Persiapan Penelitian	54
1. Persiapan Penelitian	54
2. Penyusun Alat Ukur	54
3. Uji Coba alat Ukur	57
4. Uji Daya Beda dan Reliabilitas	58
C. Pelaksanaan Penelitian	60
D. Analisis Data dan Penelitian	61

1. Uji Asumsi	61
2. Hasil Perhitungan Analisa Data.....	63
3. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	64
E. Pembahasan	66
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Sebuah organisasi atau perusahaan pasti memiliki tujuan yang hendak dicapai. Dalam usaha pencapaian tujuannya, permasalahan yang dihadapi salah satunya menyangkut sumber daya manusia (karyawan). Karyawan merupakan aset perusahaan yang sangat berharga dan harus dikelola dengan baik. Oleh karena itu, pengelolaan tenaga kerja harus dilakukan secara profesional, sebab setiap karyawan dituntut memberikan tenaga, bakat, kreativitas dan usaha mereka untuk memberikan hasil kinerja yang terbaik kepada organisasi atau perusahaan yang mereka ikuti. Oleh karena itu, karyawan merupakan kunci penentu keberhasilan perusahaan, sehingga dituntut untuk memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan juga harus memiliki kesetiaan atau komitmen yang tinggi terhadap perusahaan (Alfiana dan Puspasari, 2014).

Seorang karyawan akan memiliki tingkat kinerja yang tinggi apabila terdapat kesesuaian antara pekerjaan dan kemampuannya. Apabila hal tersebut dapat terpenuhi, maka akan timbul perasaan tanggung jawab terhadap pekerjaannya dan kesediaan untuk ikut berpartisipasi dalam mencapai tujuan organisasi melalui pelaksanaan tugas-tugas secara maksimal. Kinerja karyawan secara umum dipengaruhi oleh faktor internal yaitu yang berasal dari dalam diri karyawan seperti komitmen organisasional dan faktor eksternal atau diluar dari diri karyawan seperti budaya organisasi (Taurisa dan Ratnawati, 2012).

Komitmen organisasi merupakan dimensi perilaku penting yang dapat digunakan untuk menilai kecenderungan karyawan untuk bertahan sebagai anggota organisasi. Komitmen organisasi dikarakteristikan dengan meyakini dan menerima tujuan dan nilai yang dimiliki oleh organisasi, kesediaan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh demi organisasi serta mempunyai keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi (Meyer & Allen dalam Choong, dkk, 2011).

Ditinjau dari segi organisasi, karyawan yang berkomitmen rendah akan berdampak pada *turn over*, tingginya absensi, meningkatnya kelambanan kerja dan kurangnya loyalitas pada perusahaan. Jika ditinjau dari segi perusahaan, karyawan yang memiliki komitmen yang tinggi pada organisasi akan memberikan sumbangan terhadap organisasi dalam hal stabilitas kerja, sedangkan jika Ditinjau dari sudut karyawan, komitmen karyawan yang tinggi akan berdampak pada peningkatan karir karyawan itu sendiri (Sopiah, 2008).

Karyawan yang memiliki komitmen organisasi yang tinggi akan memberikan usaha yang maksimal secara sukarela untuk kemajuan organisasi. Mereka akan berusaha mencapai tujuan organisasi dan menjaga nilai-nilai organisasi. Selain itu, mereka akan berpartisipasi dan terlibat aktif untuk memajukan organisasi. Karyawan yang dimiliki komitmen yang tinggi akan bertanggung jawab dengan bersedia memberikan seluruh kemampuannya karena merasa memiliki organisasi. Rasa memiliki yang kuat akan membuat karyawan merasa berguna dan nyaman berada dalam organisasi (Ferryansyah, 2013).

Dalam aktivitas karyawan, budaya organisasi dalam sebuah perusahaan juga mempunyai fungsi untuk mempermudah timbulnya komitmen dari karyawan. Setiap organisasi memiliki budaya organisasi yang berfungsi untuk membentuk aturan atau pedoman dalam berfikir dan bertindak dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal ini berarti budaya organisasi yang tumbuh dan terpelihara dengan baik akan mampu memacu organisasi kearah perkembangan yang lebih baik. Selain itu, tekanan utama dalam perubahan dan pengembangan budaya organisasi adalah mencoba untuk mengubah nilai-nilai, sikap dan perilaku dari organisasi secara keseluruhan. (Dewi, 2015).

Budaya organisasi yang kuat akan membantu organisasi dalam memberikan kesempatan kepada seluruh karyawan untuk berkembang bersama, tumbuh dan berkembangnya instansi. Pemahaman budaya organisasi perlu ditanamkan sejak dini kepada karyawan. Apabila pada waktu permulaan masuk kerja, karyawan masuk ke suatu instansi dengan berbagai karakteristik dan harapan yang berbeda-beda, maka melalui training orientasi dan penyesuaian diri, karyawan akan memahami budaya organisasi yang ada pada perusahaan tersebut. Sehingga karyawan akan merasa memiliki perusahaan dan mempertahankan dirinya untuk perusahaan tersebut. Ini adalah kondisi yang saling menguntungkan, baik bagi perusahaan maupun karyawan. (Alfiana dan Puspasari, 2014).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Sari dan Witjaksono (2013) mengatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh positif terhadap komitmen organisasi pada karyawan RSUD Sidoarjo. Hasil penelitian ini

juga didukung oleh hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Alfiana dan Puspasari (2014) bahwa budaya organisasi memberi pengaruh yang signifikan terhadap komitmen organisasi pada karyawan PT. Sinar Sosro Surabaya dengan memiliki nilai t_{hitung} sebesar $2,715 > t_{table}$ $0,167$ dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan $38,8\%$, sedangkan sisanya sebesar $61,2\%$ disebabkan oleh faktor lain.

Muriman, dkk (dalam Darajat dan Rosyidah, 2012) menyatakan bahwa budaya organisasi berpengaruh besar terhadap kepuasan kerja, jika anggota organisasi merasa puas dalam pekerjaannya, maka perasaan puas tersebut diaktualisasikan dalam bentuk komitmen kepada organisasi tersebut. Pentingnya komitmen organisasi ini dimiliki oleh anggota organisasi, karena dengan anggota memiliki komitmen yang tinggi terhadap organisasi maka akan termotivasi dan lebih puas terhadap pekerjaannya, yang pada umumnya mereka menjadi kurang tertarik untuk meninggalkan organisasi mereka.

BNI Syariah memiliki tujuan dan nilai-nilai yang berbeda dengan bank konvensional. Hal ini tentu berpengaruh pada nilai-nilai yang diterapkan dan berlaku dalam lingkungan bank syariah. Sebuah bank syariah seharusnya memiliki karakteristik lingkungan kerja yang sesuai dengan kaidah-kaidah syariah. Dalam hal etika, karyawan bank syariah harus memiliki kompetensi dan profesional (fathonah) dan mampu melakukan tugas secara team-work dimana informasi merata di seluruh fungsional organisasi (tabligh). Demikian pula dalam reward dan punishment, diperlukan prinsip keadilan yang sesuai dengan syariah.

Karyawan BNI Syariah sendiri belum semua yang memiliki karakteristik lingkungan kerja yang sesuai dengan budaya organisasi (kaidah syariah), padahal setiap karyawan BNI Syariah harus memiliki kompetensi dan profesional (fathonah) dan mampu melakukan tugas secara team-work dimana informasi merata di seluruh fungsional organisasi (tabligh). Disamping itu karyawan BNI Syariah dalam tingkah lakunya mencerminkan lembaga keuangan yang membawa nama Islam. Baik itu tutur kata, cara berpakaian dan sikap dalam melayani nasabah. Untuk itu diperlukan karyawan yang memiliki komitmen dengan tujuan serta nilai-nilai budaya organisasi yang ada di BNI Syariah.

Pentingnya kuantitas dan kualitas SDM sebagai penunjang utama kinerja BNI Syariah dapat diartikan sebagai suatu organisasi yang menginginkan adanya komitmen pada budaya organisasi BNI Syariah dari setiap karyawannya. Dengan semakin datarnya struktur organisasi, karyawan mendapatkan tanggung jawab lebih besar dalam merancang aktivitasnya. Tugas-tugas yang dilakukan karyawan BNI Syariah saat ini membutuhkan tingkat keahlian dan pengetahuan yang lebih tinggi. Karyawan yang sudah terlatih untuk mengerjakan tugas-tugas dengan tingkat kesulitan akan memiliki nilai lebih dalam pasar tenaga kerja.

Kesadaran akan nilai-nilai yang dianut oleh setiap karyawan dengan berkomitmen terhadap budaya organisasi akan menciptakan rasa memiliki sehingga akan selalu berusaha membantu perusahaan untuk mencapai tujuannya. Berdasarkan uraian diatas dan untuk memperkuat teori tersebut maka peneliti akan mengangkat judul yang membahas tentang “**Hubungan**

Nilai Budaya Organisasi dengan Komitmen Organisasi pada karyawan PT. Bank Nasional Indonesia Syariah”.

B. Identifikasi Masalah

Komitmen organisasi merupakan salah satu kunci penting yang turut menentukan berhasil atau tidaknya suatu organisasi untuk mencapai tujuannya. Meskipun komitmen merupakan sesuatu yang umum, tetapi masih ada organisasi yang belum mengetahui pentingnya komitmen karyawan terhadap budaya organisasi. Komitmen pada budaya organisasi, membuat seorang karyawan menciptakan kondisi kerja yang kondusif dengan memiliki tujuan dan visi yang sama searah terhadap pandangan organisasi, sehingga akan terciptanya organisasi yang efektif dan efisien.

Oleh karena hal tersebut peneliti ingin meneliti tentang Hubungan Nilai Budaya Organisasi dengan Komitmen Organisasi pada Karyawan PT. Bank Nasional Indonesia Syariah.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini tentang hubungan nilai budaya organisasi dengan komitmen organisasi pada karyawan PT BNI Syariah, penelitian ini membatasi masalahnya dengan menjelaskan tentang komitmen organisasi pada karyawan PT BNI Syariah sebagai dari pengembangan karier.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, adapun peneliti menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu tentang apakah terdapat hubungan antara nilai budaya organisasi dengan komitmen organisasi pada karyawan PT. Bank Nasional Indonesia Syariah ?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan nilai budaya organisasi dengan komitmen organisasi pada karyawan PT. Bank Nasional Indonesia Syariah.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah tentang dimensi nilai-nilai budaya organisasi dan komitmen organisasi, serta sebagai masukan yang dapat memicu penelitian lanjutan agar dikemudian hari bidang Psikologi Industri dan Organisasi di Indonesia dapat memberikan gambaran yang lebih jelas tentang aspek-aspek yang dikaji tersebut.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan langkah-langkah nyata yang harus diambil untuk mengembangkan komitmen organisasi yang sesuai bagi organisasi perusahaan dalam mencapai tujuan utamanya. ***“Hubungan Nilai Budaya Organisasi dengan Komitmen Organisasi pada karyawan PT. Bank Nasional Indonesia Syariah”***.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Karyawan

1. Pengertian Karyawan

Menurut Undang-Undang Tahun 1969 tentang Ketentuan-Ketentuan Pokok Mengenai Tenaga Kerja dalam pasal 1 dikatakan bahwa karyawan adalah tenaga kerja yang melakukan pekerjaan dan memberikan hasil kerjanya kepada pengusaha yang mengerjakannya dimana hasil kerjanya itu sesuai dengan profesi atau pekerjaan atas dasar keahlian sebagai mata pencariannya. Senada dengan hal tersebut menurut Undang-Undang No.14 Tahun 1969 tentang Pokok Tenaga Kerja, tenaga kerja adalah tiap orang yang mampu melaksanakan pekerjaan, baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan jasa atau barang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Manulang, 2002).

Karyawan merupakan kekayaan utama dalam suatu perusahaan, karena tanpa adanya keikutsertaan mereka, aktifitas perusahaan tidak akan terlaksana. Beberapa pengertian karyawan menurut para ahli:

- a. Menurut Hasibuan (dalam Manulang, 2002), karyawan adalah orang penjual jasa (pikiran atau tenaga) dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu.
- b. Menurut Subri (dalam Manulang, 2002), karyawan adalah penduduk dalam usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan

terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa karyawan adalah penjual jasa (pikiran atau tenaga) atau penduduk dalam usia kerja yang memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap mereka dan mendapat kompensasi yang besarnya telah ditetapkan terlebih dahulu.

2. Jenis-jenis Karyawan

Karyawan dalam perusahaan dapat dibagi menjadi dua jenis kelompok karyawan yaitu karyawan tetap dan karyawan tidak tetap.

a. Karyawan Tetap

Karyawan tetap merupakan karyawan yang telah memiliki kontrak ataupun perjanjian kerja dengan perusahaan dalam jangka waktu yang tidak ditetapkan (permanent). Karyawan tetap biasanya cenderung memiliki hak yang jauh lebih besar dibandingkan dengan karyawan tidak tetap. Selain itu, karyawan tetap juga cenderung jauh lebih aman (dalam hal kepastian lapangan pekerjaan) dibandingkan dengan karyawan tidak tetap.

b. Karyawan Tidak Tetap

Karyawan tidak tetap merupakan karyawan yang hanya dipekerjakan ketika perusahaan membutuhkan tenaga kerja tambahan saja. Karyawan tidak tetap biasanya dapat diberhentikan sewaktu-waktu oleh perusahaan ketika perusahaan sudah tidak membutuhkan tenaga tambahan lagi. Jika

dibandingkan dengan karyawan tetap, karyawan tidak tetap cenderung memiliki hak yang jauh lebih sedikit dan juga cenderung sedikit tidak aman (dalam hal kepastian lapangan pekerjaan).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan jenis-jenis karyawan terdiri dari karyawan tetap dan karyawan tidak tetap.

B. Komitmen Organisasi

1. Pengertian Komitmen Organisasi

Mathis dan Jackson (dalam Sopiah, 2008) Memberikan definisi, *“Organizational Commitment is the degree to which employees believe in and accept organizational goals and desire to remain with organization”*. (Komitmen organisasional adalah derajat yang mana karyawan percaya dan menerima tujuan-tujuan organisasi dan akan tetap tinggal atau tidak akan meninggalkan organisasi).

Mowday (dalam Sopiah, 2008) menyebut komitmen kerja sebagai istilah lain dari komitmen organisasional. Menurut dia, komitmen organisasi merupakan dimensi perilaku penting yang dapat digunakan untuk menilai kecenderungan karyawan untuk bertahan sebagai anggota organisasi. Komitmen organisasi adalah keinginan anggota organisasi untuk tetap mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi dan bersedia berusaha keras bagi pencapaian tujuan organisasi.

Robbins (2000) mendefinisikan komitmen organisasi sebagai suatu sikap yang merefleksikan perasaan suka atau tidak suka dari karyawan

terhadap organisasi. Sementara O'Reilly (dalam Sopiah, 2008) mengatakan komitmen karyawan pada organisasi sebagai ikatan kejiwaan individu terhadap organisasi yang mencakup keterlibatan kerja, kesetiaan, dan perasaan percaya terhadap nilai-nilai organisasi.

Steers dan Porter (dalam Sopiah, 2008) memandang komitmen organisasi sebagai sikap karyawan dalam mengadakan identifikasi dengan tujuan dan nilai-nilai suatu organisasi kerja dan berkeinginan untuk tetap menjadi anggota organisasi guna memudahkan pencapaian tujuan. Komitmen sebagai suatu sikap yang melibatkan perspektif yang luas dan mencerminkan perasaan-perasaan karyawan terhadap organisasi secara keseluruhan. Komitmen pada setiap individu tidak sama besarnya karena alasan yang dimiliki setiap orang untuk bertahan dalam organisasi berbeda-beda tergantung pada keinginan dan kebutuhan masing-masing karyawan. Komitmen organisasi sebagai suatu ikatan psikologis individu pada organisasi (Coopey dan Harley dalam Sopiah, 2008).

Berdasarkan uraian mengenai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komitmen terhadap organisasi merupakan proses pada individu dalam mengidentifikasi serta melibatkan dirinya dengan nilai-nilai, aturan-aturan dan tujuan suatu organisasi, serta keinginan untuk mempertahankan keanggotaannya di dalam organisasi.

2. Ciri-ciri Komitmen Organisasi

Steers dan Black (dalam Robbins, 2000) memiliki pendapat mengenai ciri-ciri komitmen organisasi. Dia mengatakan bahwa karyawan

yang memiliki komitmen organisasi bisa dilihat dari ciri-cirinya sebagai berikut:

- (a) Adanya kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap nilai dan tujuan organisasi.
- (b) Adanya kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi organisasi.
- (c) Keinginan yang kuat untuk menjadi anggota organisasi.

Sedangkan Hunt dan Morgan (dalam Sopiah, 2008) bahwa karyawan memiliki komitmen organisasi yang tinggi bila:

- (a) Memiliki kepercayaan dan menerima tujuan dan nilai organisasi,
- (b) Berkeinginan untuk berusaha ke arah pencapaian tujuan organisasi,
- (c) Memiliki keinginan yang kuat untuk bertahan sebagai anggota organisasi.

Menurut Newstroom(1996) bahwa ciri – ciri komitmen organisasi melanjutkan bahwa secara konseptual, komitmen organisasi ditandai oleh tiga hal yaitu:

- (a) Adanya rasa percaya yang kuat dan penerimaan seseorang terhadap tujuan dan nilai-nilai organisasi.
- (b) Adanya keinginan seseorang untuk melakukan usaha secara sungguh-sungguh demi organisasi.

(c) Adanya hasrat yang kuat untuk mempertahankan keanggotaan dalam suatu organisasi.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri komitmen organisasi adalah adanya kepercayaan dan penerimaan yang kuat terhadap nilai dan tujuan organisasi, adanya kesediaan untuk berusaha sebaik mungkin demi organisasi, dan keinginan yang kuat untuk menjadi anggota organisasi,

3. Pendekatan Komitmen Organisasi

Menurut Porter dan Steers (dalam Sopiha, 2008) bahwa ada 2 (dua) pendekatan dalam komitmen organisasi berdasarkan perilaku dan berdasarkan sikap. Pendekatan perilaku (*behavioral approach*) memfokuskan pada perilaku komitmen individu.

Individu memilih perilaku tertentu karena keuntungan yang diterima dari organisasi sebanding dengan kerugian yang akan diterimanya bila meninggalkan organisasi. Komitmen sebagai suatu sikap (*attitudinal commitment*) dikatakan muncul ketika individu menerima atau merasa tujuannya kongruen dengan tujuan organisasi dan memiliki identitas pribadi yang terkait dengan identitas organisasi.

Meyer & Allen (dalam Choong, dkk, 2011) mengemukakan bahwa komitmen organisasi didefinisikan melalui dua pendekatan, yaitu:

a. *Behavioral Commitment*

Pendekatan ini memandang komitmen sebagai perilaku. Karyawan dianggap memiliki komitmen apabila karyawan memutuskan untuk terikat dengan organisasi. *Behavioral commitment* disebut sebagai *continuance commitment*. *Behavioral commitment* memfokuskan pada proses yang melibatkan masa individu sehingga membuatnya terikat pada organisasi atau dengan kata lain bahwa seorang yang memiliki komitmen terhadap perusahaan berarti tergantung pada aktivitasnya dimasa lalu yaitu "investasi", seperti senioritas, pensiun dan lainnya yang jika ditinggalkan tidak akan dapat diambil kembali.

b. *Attitudinal Commitment*

Attitudinal commitment atau *affective commitment* adalah adanya ikatan afeksi atau emosi terhadap organisasi, dimana individu yang memiliki komitmen yang tinggi akan mengidentifikasi dirinya, terlibat dan menikmati keanggotaannya pada suatu orgnisasi tertentu.

Selanjutnya menurut Milward (dalam Robbins, 2008) bahwa komitmen dipandang dengan cara, yaitu *calculative* dan *affective*. Komitmen *calculative* berkaitan dengan keterlibatan moral yang menandakan kelekatan instrumental terhadap organisasi. Sedangkan komitmen *affective* berkaitan dengan keterlibatan moral yang menandakan kelekatan non-instrumental emosional terhadap organisasi melalui internalisasi nilai-nilai organisasi.

4. Aspek-aspek Komitmen Organisasi

Aspek komitmen menurut konsep Meyer & Allen (dalam Choong, dkk, 2011) ada 3 yaitu:

a. *Affective Commitment* (komitmen yang berpengaruh)

Affective commitment adalah seseorang menjadi anggota organisasi karena ia menginginkan (*want to*), ini meliputi keadaan emosional dari karyawan untuk menggabungkan diri, menyesuaikan diri, dan berburu langsung dalam organisasi. Komitmen afektif lebih terfokus pada sikap dan kelekatan emosional karyawan, pada siapa karyawan mengidentifikasi dirinya serta keterlibatan karyawan dalam suatu organisasi. Komitmen afektif ini dikembangkan secara lebih spesifik dalam kaitannya dengan pengalaman kerja pada suatu organisasi. Jika karyawan merasa diperlakukan dengan baik, misalnya mendapat gaji yang sesuai atau turut berpartisipasi dalam pengambilan keputusan cenderung mengembangkan komitmen afektif.

b. *Continuance Commitment* (komitmen kontinuitas)

Continuance commitment adalah komitmen yang didasarkan pada penghargaan yang diharapkan karyawan untuk dapat tetap berada dalam organisasi. Dengan kata lain seseorang menjadi anggota organisasi sebab dia merasa membutuhkan (*need to*). Penekanan pada komitmen kontinuitas ini adalah berdasarkan pada persepsi karyawan tentang kerugian yang akan dihadapinya jika ia meninggalkan organisasi. Komitmen ini merupakan aktivitas yang bersifat konsisten. Ketika

individu tidak lagi melanjutkan aktivitasnya pada suatu organisasi, maka akan timbul perasaan kehilangan.

c. *Normative Commitment* (komitmen normatif)

Normative commitment adalah seseorang menjadi anggota organisasi sebab ia merasa harus melakukan sesuatu (*ought to*), ini meliputi perasaan karyawan terhadap kewajiban untuk tetap tinggal dalam organisasi. Komitmen normatif ini lebih kepada adanya perasaan tentang kewajiban yang harus diberikan individu kepada organisasi tersebut. Merefleksikan persepsi individu terhadap norma, perilaku yang diterima, dimana timbul sebagai akibat adanya proses sosialisasi atau akibat budaya, serta dipengaruhi pula oleh organisasi tersebut. Komitmen normatif mengakar dalam benak individu perasaan “hutang” pada organisasi yang timbul akibat perlakuan organisasi pada karyawan, misalnya dengan gaji yang mereka terima, atau dengan pelatihan-pelatihan yang mereka ikuti. Perasaan wajib ini terus tumbuh sampai mereka merasa impas.

Ketiga aspek dalam komitmen organisasi tersebut dipandang sebagai komitmen dalam bentuk pernyataan psikologis yang menunjukkan karakter hubungan karyawan dengan organisasi tempatnya bekerja, untuk mencapai tujuan organisasi dan memberi implikasi untuk memutuskan apakah karyawan tersebut akan tetap bekerja dalam organisasi tersebut atau keluar.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa aspek komitmen organisasi adalah *Affective Commitment* (komitmen yang berpengaruh),

Continuance Commitment (komitmen kontinuitas), dan *Normative Commitment* (komitmen normatif).

5. Bentuk-Bentuk Komitmen Organisasi

Meyer, dkk (dalam Sopiah 2008) menyebutkan ada tiga bentuk komitmen, yaitu:

a. *Continuance Commitment*

Continuance commitment merupakan dedikasi dari karyawan suatu perusahaan demi kelangsungan hidup suatu organisasi. Jika anggota telah berkorban untuk terlibat atau tetap menjadi karyawan dari suatu perusahaan, mereka akan lebih mencintai perusahaan tersebut.

b. *Cohesion Commitment*

Cohesion commitmen yaitu suatu keterkaitan terhadap hubungan sosial terhadap suatu perusahaan, sebagai hasil dari teknik-teknik ataupun upacara yang dilakukan demi tercapainya kesatuan. Misalnya, diadakannya orientasi bagi karyawan baru.

c. *Control Commitment*

Control commitment adalah keterkaitan pada karyawan terhadap norma atau aturan suatu perusahaan yang membentuk perilaku kearah yang dikehendaki.

Kenter (dalam Sopiah, 2008) mengemukakan adanya tiga bentuk komitmen organisasi, yaitu:

a. Komitmen berkesinambungan (*continuance commitment*)

Yaitu komitmen yang berhubungan dengan dedikasi anggota dalam melangsungkan kehidupan organisasi dan menghasilkan orang yang mau berkorban dan berinvestasi pada organisasi.

b. Komitmen terpadu (*cohesion commitment*)

Yaitu komitmen anggota terhadap organisasi sebagai akibat adanya hubungan sosial dengan anggota lain di dalam organisasi. Ini terjadi karena karyawan percaya bahwa norma-norma yang dianut organisasi merupakan norma-norma yang bermanfaat.

c. Komitmen terkontrol (*control commitment*)

Yaitu komitmen anggota pada norma organisasi yang memberikan perilaku ke arah yang diinginkannya. Norma-norma yang dimiliki organisasi sesuai dan mampu memberikan sumbangan terhadap perilaku yang diinginkannya.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut di atas tentang bentuk-bentuk komitmen organisasi maka dapat disimpulkan bahwa bentuk komitmen organisasi terdiri dari; *Continuance Commitment*, *Cohesion Commitment*, dan *Control Commitment*.

6. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komitmen Organisasi

David (dalam Sopiah, 2008) mengemukakan empat faktor yang mempengaruhi komitmen karyawan pada organisasi, yaitu:

- a. Faktor personal, misalnya usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pengalaman kerja, kepribadian, dll.
- b. Karakteristik pekerjaan, misalnya lingkup jabatan, tantangan dalam pekerjaan, konflik peran dalam pekerjaan, tingkat kesulitan dalam pekerjaan, dll.
- c. Karakteristik struktur, misalnya besar atau kecilnya organisasi, bentuk organisasi seperti sentralisasi atau desentralisasi, kehadiran serikat pekerja dan tingkat pengendalian yang dilakukan organisasi terhadap karyawan.
- d. Pengalaman Kerja. Karyawan yang baru beberapa tahun bekerja dengan karyawan yang sudah puluhan tahun bekerja dalam organisasi tentu memiliki tingkat komitmen yang berbeda.

Sedangkan Mowday, dkk (1982) komitmen organisasi menyatakan faktor penting yang dapat mempengaruhi komitmen adalah:

- a. Sejauh mana individu merasa tempat mereka bekerja memperhatikan kesejahteraannya (*well-being*) meliputi kesejahteraan fisik dan kesejahteraan psikologis.
- b. Sejauh mana individu merasa tempat mereka bekerja memperhatikan minatnya.
- c. Sejauh mana individu merasa diperlukan dalam mencapai misi dari organisasi.

Berdasarkan pendapat para ahli tersebut tentang faktor-faktor komitmen kerja maka dapat disimpulkan bahwa komitmen kerja

dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang ada dalam diri seorang karyawan, kondisi kerja yang ada di perusahaan, pengalaman kerja, kesejahteraan karyawan dan struktur yang ada di perusahaan. Sehingga jika dilakukan pada faktor tersebut maka akan tercipta suatu komitmen kerja yang tinggi dari dalam diri karyawan.

7. Proses Terjadinya Komitmen Organisasi

Bashaw dan Grant (dalam Sopiah, 2008) menjelaskan bahwa komitmen karyawan terhadap organisasi merupakan sebuah proses berkesinambungan dan merupakan sebuah pengalaman individu ketika bergabung dalam sebuah organisasi.

Desler (2003) mengemukakan sejumlah cara yang bisa dilakukan untuk membangun komitmen organisasi, yaitu:

- a. *Make it charismatic*: Jadikan visi dan misi organisasi sebagai sesuatu yang karismatik, sesuatu yang dijadikan pijakan, dasar bagi setiap karyawan dalam berperilaku, bersikap, dan bertindak.
- b. *Build the tradition*: Segala sesuatu yang baik di organisasi jadikanlah sebagai suatu tradisi yang secara terus-menerus dipelihara, dijaga oleh generasi berikutnya.
- c. *Have comprehensive grievance procedures*: Bila ada keluhan atau komplain dari pihak luar ataupun dari internal organisasi maka organisasi harus memiliki prosedur untuk mengatasi keluhan tersebut secara menyeluruh.

- d. *Provide extensive two-way communication*: Jalinlah komunikasi dua arah di organisasi tanpa memandang rendah bawahan.
- e. *Create a sense of community*: Jadikan semua unsur dalam organisasi sebagai suatu community di mana di dalamnya ada nilai-nilai kebersamaan, rasa memiliki, kerja sama, berbagi, dll.
- f. *Build value-based homogeneity*: Membangun nilai-nilai yang didasarkan adanya kesamaan. Setiap anggota organisasi memiliki kesempatan yang sama.
- g. *Share and share alike*: Sebaiknya organisasi membuat kebijakan di mana antara karyawan level bawah sampai yang paling atas tidak terlalu berbeda atau mencolok dalam kompensasi yang diterima, gaya hidup, penampilan fisik, dll.
- h. *Emphasize barnraising, cross-utilization, and teamwork*: Organisasi sebagai suatu community harus bekerja sama, saling berbagi, saling memberi manfaat, dan memberikan kesempatan yang sama pada anggota organisasi.
- i. *Get together*: Adakan acara-acara yang melibatkan semua anggota organisasi sehingga kebersamaan bisa terjalin.
- j. *Support employee development*: Hasil studi menunjukkan bahwa karyawan akan lebih memiliki komitmen terhadap organisasi bila organisasi memperhatikan perkembangan karir karyawan dalam jangka panjang.

- k. *Commit to actualizing*: Setiap karyawan diberi kesempatan yang sama untuk mengaktualisasikan diri secara maksimal di organisasi sesuai dengan kapasitas masing-masing.
- l. *Provide first-year job challenge*: Karyawan masuk ke organisasi dengan membawa mimpi dan harapannya, kebutuhannya. Berikan bantuan yang konkret bagi karyawan untuk mengembangkan potensi yang dimilikinya dan mewujudkannya.
- m. *Enrich and empower*: Ciptakan kondisi agar karyawan bekerja tidak secara monoton karena rutinitas akan menimbulkan perasaan bosan bagi karyawan.
- n. *Promote from within*: Bila ada lowongan jabatan, sebaiknya kesempatan pertama diberikan kepada pihak intern perusahaan sebelum merekrut karyawan dari luar perusahaan.
- o. *Provide developmental activities*: Bila organisasi membuat kebijakan untuk merekrut karyawan dari dalam sebagai prioritas maka dengan sendirinya hal itu akan memotivasi karyawan untuk terus tumbuh dan berkembang personalnya juga jabatannya.
- p. *The question of employee security*: Bila karyawan merasa aman, baik fisik maupun psikis, maka komitmen akan muncul dengan sendirinya.
- q. *Commit to people-first values*: Membangun komitmen karyawan pada organisasi merupakan proses yang panjang dan tidak bisa dibentuk secara instan. Oleh karena itu perusahaan harus benar-benar memberikan perlakuan yang benar pada masa awal karyawan memasuki organisasi.

Dengan demikian karyawan mempunyai persepsi yang positif terhadap organisasi.

- r. *Put it in writing*: Data-data tentang kebijakan, visi, misi, semboyan, filosofi, sejarah, strategi, dll. Organisasi sebaiknya dibuat dalam bentuk tulisan bukan sekedar bahasa lisan.
- s. *Hire “right-kind” managers*: Bila pimpinan ingin menanamkan nilai-nilai, kebiasaan-kebiasaan, aturan-aturan, disiplin, dll. Pada bawahan, sebaiknya pimpinan sendiri memberikan teladan dalam bentuk sikap dan perilaku sehari-hari.
- t. *Walk the talk*: Tindakan jauh lebih efektif dari sekedar kata-kata. Bila pimpinan ingin karyawannya berbuat sesuatu maka sebaiknya pimpinan tersebut mulai berbuat sesuatu, tidak sekedar kata-kata atau berbicara.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa cara yang bisa dilakukan untuk membangun komitmen organisasi adalah *make it charismatic, build the tradition, have comprehensive grievance procedures, provide extensive two-way communication, create a sense of community, build value-based homogeneity, share and share alike, emphasize barnraising, cross-utilization, and teamwork, get together, support employee development, commit to actualizing, provide first-year job challenge, enrich and empower, promote from within, provide developmental activities, the question of employee security, commit to people-first values, put it in writing, hire “right-kind” managers, dan Walk the talk*

C. Nilai Budaya Organisasi

1. Pengertian Nilai Budaya Organisasi

Budaya organisasi merupakan saripati dari kesuksesan organisasi manapun (Schein, 1992). Organisasi dapat saja merubah produk, jasa pelayanan, dan kepemimpinan, tetapi akan sangat sulit merubah budaya organisasi. Pembelajaran organisasi, perkembangan dan perubahan organisasi tidak dapat dipahami kecuali dengan memperhatikan budaya sebagai sumber utama resistensi perubahan. Schein (1992) mendefinisikan budaya organisasi sebagai berikut: "A pattern of shared basic assumptions that the group learned as it solved its problems of external adaptation and internal integration, that has worked well enough to be considered valid and, therefore, to be taught to new members as the correct way to perceive, think, and feel in relation to those problems".

Sejalan dengan Schein, Kluckhohn (1951 dalam Hofstede 1980) mengemukakan: , budaya terbentuk karena pola cara berpikir, perasaan dan reaksi yang diperoleh dan yang akan diteruskan biasanya dengan symbol, merupakan pencapaian khusus bagi sekelompok manusia meliputi perwujudan mereka dalam benda-benda hasil karya mereka, inti yang paling penting dari budaya yaitu terdiri dari ide-ide tradisional (yaitu yang menurut sejarah didapatkan dan dipilih) dan khususnya nilai-nilai yang melekat pada mereka.

Sedangkan Kroeber & parsons (1958) dalam Hofstede (1980: 25) mendefinisikan budaya sebagai: budaya merupakan isi dari pola dari nilai-nilai, ide-ide,dan system simbolis yang bermakna yang diwariskan dan

dibentuk, sebagai factor dalam membentuk perilaku manusia dan benda-benda (hasil karya) yang mereka hasilkan melalui perilaku. Sedangkan menurut Hofstede (1980), mendefinisikan budaya sebagai: budaya merupakan program dari pikiran yang bersifat kolektif (bersama) yang membedakan anggota dari suatu kelompok dengan kelompok lainnya.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa budaya merupakan suatu program kolektif berupa sikap, tingkah laku, dan simbol dalam pikiran suatu masyarakat tertentu yang mempengaruhi cara hidup bersama sehingga membedakannya dengan kelompok masyarakat lain. Budaya merupakan sesuatu yang dipelajari dan bukan pembawaan sejak lahir individu. Budaya dapat diperoleh melalui lingkungan sosial seseorang. Wujud budaya dapat berupa simbol, pahlawan, ritual dan nilai (Hofstede, 1980). Nilai merupakan bagian dari pembentuk atau pembangun budaya (Hofstede, 1980). Budaya dalam hal ini meliputi sistem nilai; dan nilai merupakan bagian dari pembentuk atau pembangun budaya (Hofstede, 1980).

2. Definisi Nilai

Menurut Kuckhohn (dalam Hofstede, 1980) nilai adalah sebuah konsepsi, eksplisit atau implicit, yang membedakan individual atau karakteristik dari sebuah grup, yang diinginkan dan memberikan pengaruh dalam seleksi dari modus, means dan tindakan akhir yang ada. Semen tara Hofstede (1980) mendefinisikan nilai adalah “a broad tendency to prefer certain states of affairs over others”.

Menurut Hofstede (1980) nilai merupakan kecenderungan yang luas untuk memilih suatu hal atau keadaan dibandingkan pilihan lainnya. Definisi Hofstede tersebut merupakan penyederhanaan dari Kluckhohn. Nilai merupakan program mental individu, namun pada tingkat kolektif terdapat sistem nilai yang terdapat dalam budaya kelompok atau organisasi (Hofstede, 1980). Program mental dikembangkan oleh setiap individu dan diperkuat dalam sekolah dan organisasi (Hofstede, 1980). Mental program akan terekspresikan dalam nilai-nilai baik nilai individu maupun nilai kolektif yang di shared dalam organisasi.

Maka nilai budaya organisasi dapat disimpulkan sebagai kecenderungan sekelompok orang sebagai hasil interaksi program mental individu dengan lingkungan organisasinya yang digunakan untuk memberikan respon pada suatu permasalahan.

3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Nilai Budaya Organisasi

Bagaimana budaya perusahaan terbentuk perlu kiranya untuk diketahui bagaimana budaya perusahaan dapat membantu karyawan dalam usaha memahami nilai budaya perusahaan tempat karyawan bekerja.

Hofstede (1980; 1991) melalui penelitiannya berhasil mengidentifikasi 5 faktor yang mempengaruhi nilai budaya :

1. Jarak kekuasaan merupakan sifat kultur nasional yang mendeskripsikan tingkatan dimana masyarakat menerima kekuatan dalam institusi dan organisasi didistribusikan tidak sama.

2. Individualisme/Kolektivisme. Individualisme merupakan sifat kultur nasional yang mendeskripsikan tingkatan dimana orang lebih suka bertindak sebagai individu daripada sebagai kelompok. Kolektivisme menunjukkan sifat kultur nasional yang mendeskripsikan kerangka social yang kuat dimana individu mengharap orang lain dalam kelompok mereka untuk menjaga dan melindungi mereka.
3. Maskulinitas-Femininitas. merupakan tingkatan dimana kultur lebih menyukai peran-peran maskulin tradisional seperti pencapaian, kekuatan, dan pengendalian versus kultur yang memandang pria dan wanita memiliki posisi sejajar. Penilaian maskulinitas yang tinggi menunjukkan bahwa terdapat peran yang terpisah untuk pria dan waniya, dengan pria yang mendominasi masyarakat.
4. Penghindaran ketidakpastian merupakan tingkatan dimana individu dalam suatu negara lebih memilih situasi terstruktur dibandingkan tidak terstruktur.
5. Orientasi jangka panjang merupakan tipologi terbaru dari Hofstede. Poin ini berfokus pada tingkatan ketaatan jangka panjang masyarakat terhadap nilai-nilai tradisional. Individu dalam kultur orientasi jangka panjang melihat bahwa ke masa depan dan menghargai penghematan, ketekunan dan tradisi.

Sedangkan menurut Atmosoeparto (dalam Moeljono, 2001), ada lima faktor pembentuk budaya organisasi, yaitu :

- a. Lingkungan usaha yaitu lingkungan dimana perusahaan atau organisasi tersebut beroperasi,

- b. Nilai-nilai yang merupakan konsep dasar dan keyakinan suatu organisasi,
- c. Panutan atau teladan, dimana orang-orang yang menjadi panutan atau teladan bagi karyawan yang lain karena keberhasilan,
- d. Ritual, berupa acara-acara rutin yang diselenggarakan oleh perusahaan dalam rangka memberikan penghargaan kepada karyawan,
- e. Jaringan kultural, merupakan jaringan komunikasi informal di dalam perusahaan yang dapat menjadi sarana pengembangan nilai-nilai budaya perusahaan.

Berdasarkan beberapa uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa factor-faktor nilai budaya organisasi adalah jarak kekuasaan, individualisme, maskulin, penghidaran ketidakpastian dan orientasi jangka panjang sangat diperlukan untuk pembentukan dan pengembangan dalam nilai budaya organisasi

Robbins (1991) mengungkapkan fungsi dari budaya organisasi yaitu : pertama, budaya mempunyai suatu peran pembeda artinya budaya menciptakan pembedaan yang jelas antara satu organisasi dengan organisasi yang lain, kedua budaya membawa suatu rasa identitas bagi anggota organisasi, ketiga budaya mempermudah timbulnya komitmen pada sesuatu yang lebih luas daripada kepentingan diri sendiri, keempat budaya meningkatkan kemantapan sistem sosial dan yang terakhir budaya berfungsi sebagai mekanisme pembuat makna dan Budaya perusahaan yang kuat akan

berpengaruh yang besar terhadap perilaku anggotanya karena tingginya tingkat penyebaran dan secara intensif menghasilkan iklim internal dari pengendalian perilaku.

Pada perusahaan yang memiliki kekuatan ikatan yang tinggi, setiap orang tahu tujuan perusahaan dan mereka akan bekerja sesuai dengan tujuan perusahaan tersebut (Deal dan Kennedy, dalam Susanto, 1997). Robbins (2002) mengungkapkan kekuatan budaya perusahaan akan memberikan manfaat pada beberapa hal yaitu untuk pengurangan pekerja dan meningkatkan konsistensi perilaku.

Manfaat lain yang bisa diambil dari kekuatan budaya organisasi menurut Deal dan Kennedy (dalam Susanto, 1997) budaya perusahaan akan meningkatkan produktivitas kerja karyawan, mengurangi ketidakpastian, dan membawa kesuksesan. Menurut Robbins (1991) terdapat tiga tingkatan budaya organisasi, yaitu :

- a. Artifak yaitu tingkat yang paling luar atau suferfisial, meliputi seluruh fenomena yang dapat dilihat, didengar, dan dirasakan ketika seseorang masuk kesuatu kelompok dengan budaya yang sebelumnya dia tidak akrab. Artifak meliputi bentuk arsitektur, bahasa, teknologi, barang seni, gaya pakaian, cara berbicara, ekspresi emosi dan ritual organisasi yang merupakan bagian dari sejarah kesuksesan suatu organisasi atau perusahaan. Didalam ini termasuk pula perilaku kelompok yang tampak dan proses organisai yang terjadi secara rutin. Poin terpenting budaya

pada tingkatan ini adalah muda diamati tetapi tidak muda untuk diuraikan secara gambling.

- b. Nilai-nilai pendukung, Setiap kelompok pada dasarnya merefleksikan nilai-nilai original seseorang. Ketika suatu kelompok terbentuk pertama kalinya, atau ketika menghadapi tugas, isu atau perubahan baru, solusi pertama yang diajukan untuk mengatasi masalah tersebut merupakan refleksi asumsi beberapa individu atas apa yang tepat dan salah, apa yang dapat dilaksanakan atau tidak. Individu yang dapat mempengaruhi kelompoknya untuk menerapkan pendekatan tertentu atas masalah, pada akhirnya diidentifikasi sebagai pemimpin atau pendiri. Meskipun demikian, kelompok belum mempunyai pengetahuan bersama karena pendekatan tersebut belum menjadi tindakan bersama untuk merespon masalah baru. Oleh sebab itu, apapun solusi yang diajukan, hal tersebut dapat memiliki status sebagai nilai bagi kelompok apabila kelompok tersebut melakukan tindakan bersama dan para anggotanya mengamati secara bersama hasil dari tindakan tersebut.
- c. Asumsi-asumsi dasar, ketika suatu solusi atau masalah dilakukan berulang kali, hal tersebut berangsur-angsur menjadi suatu kebenaran yang valid atau yang diterima apa adanya, dan tidak dapat dinegosiasikan.

Kondisi ini mengubah suatu nilai menjadi suatu asumsi, dan jika berlaku terus-menerus akan berangsur – angsur keluar dari kesadaran Pada suatu budaya perusahaan terdiri dari berbagai tingkatan yang dapat

dianalisis dari berbagai tingkatan berdasarkan fenomena budaya yang mudah untuk diamati, mulai dari yang sangat nyata sampai perasaan yang sangat dalam yang merupakan asumsi dasar yang tidak disadari yang didefinisikan sebagai inti dari budaya.

Diantara berbagai tingkatan tersebut terdapat nilai, norma dan aturan dari perilaku yang digunakan untuk menerangkan budaya yang dikemukakan oleh Schein (1985) Budaya perusahaan akan mempengaruhi perilaku setiap anggota sehingga setiap anggota mengetahui tujuan apa yang akan dicapai oleh perusahaan dengan berpedoman pada nilai-nilai yang diterapkan perusahaan, didasari hal tersebut maka budaya organisasi akan berdampak pada peningkatan produktivitas kerja karyawan, mengurangi ketidakpastian dan membawa kesuksesan. Dampak budaya organisasi juga menunjukkan sebuah jati diri sosial organisasional, jika suatu organisasi memiliki jati diri akan berbuah pada bentuk pelayanan organisasi baik kepada karyawan maupun konsumen (Hadipranata, 2002).

Para karyawan membentuk suatu persepsi subjektif mengenai organisasi berdasarkan pada faktor-faktor seperti toleransi resiko, tekanan pada tim dan dukungan pada orang lain. Persepsi yang mendukung dan yang tidak mendukung akan mempengaruhi kinerja dan kepuasan karyawan. Nilai-nilai budaya kerja yang tertuang melalui perilaku karyawan di setiap organisasi dengan kompetensi setiap karyawan untuk memberikan pelayanan dengan mutu yang melebihi harapan nasabah akan membawa dampak pada kinerja pelayanan yang terbaik dengan terciptanya suatu nilai produk bagi nasabah sebagai ukuran.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa budaya organisasi dibentuk agar dapat membantu karyawan untuk memahami budaya yang ada dengan harapan akan memunculkan sikap tanggungjawab karyawan, mulai dari pimpinan hingga karyawan yang dinilai paling bawah dimana hal tersebut merupakan syarat utama agar budaya organisasi tetap terpelihara. Adapun berbagai macam pendapat yang dikemukakan oleh para ahli bahwa budaya organisasi mempunyai dimensi-dimensi budaya yang dibedakan menjadi empat dimensi, yaitu : Power distance, Uncertainty avoidance, Individualism, dan Masculinity dan feminine. Dimensi budaya organisasi yang dikemukakan tersebut dapat membedakan suatu organisasi dengan organisasi lain yang menunjukkan bahwa salah satu bentuk nilai-nilai yang dikembangkan oleh perusahaan berdasarkan pada aspek-aspek yang menjadi landasan dalam sebuah peningkatan layanan pada konsumen.

4. Aspek-aspek Nilai Budaya Organisasi

Menurut Hofstede (1980) yang di kutip Prabowo Ari (2006) ada beberapa aspek yang mempengaruhi nilai Budaya Organisasi, yaitu:

- a. Power distance, mengindikasikan adanya kenyataan dalam masyarakat bahwa kekuasaan dalam institusi atau organisasi didistribusikan secara tidak merata. Hal ini drefleksikan kedalam tata nilai, jarak kekuasaan digambarkan menempati diantara dua kutub, yaitu small Power distance dan Large Power distance.
- b. Uncertainty avoidance, mengindikasikan bahwa adanya perasaan terancam atau situasi tak menentu dan mudah berubah. Para

karyawan mencoba menghindari situasi tertentu yang dengan membentuk stabilitas karir, menetapkan peraturan formal, serta tidak toleran terhadap penyimpangan ide dan perilaku. Organisasi dengan Uncertainty avoidance yang kuat ditandai dengan tingkat kecemasan dan agresifitas tinggi serta kemaun bekerja keras. Budaya dalam aspek ini membandingkan antara kutub weak uncertainty avoidance, dan strong uncertainty avoidance.

- c. Individualism, menggambarkan diterapkannya kerangka kerja dan kerangka social dalam organisasi kerja. Aspek ini digambarkan oleh dua kutub yaitu individualisme dan collectivisme. Kutub individualisme menerapkan kerangka sosial dan kerangka kerja yang longgar dan karyawan diarahkan untuk mengurus dirinya sendiri dan keluarganya, sedangkan collectivisme ditandai dengan kerangka sosial yang ketat dan segala kegiatan dilakukan untuk kepentingan bersama atau kepentingan setiap anggota.
- d. masculinity dan feminime Untuk menetapkan titik dimana budaya organisasi menekankan pada asertif, dominan dan independen. Tingkat masculinity yang tinggi dalam budaya menentukan sikap menonjolkan diri, dominasi dan kebebasan. Sebaliknya tingkat feminime yang tinggi dalam budaya organisasi dengan menonjolkan saling ketergantungan, belas kasihan, dan pandangan emosional.

Penelitian tentang budaya organisasi telah dilakukan oleh Hofstede terhadap perusahaan multinasional IBM, dengan populasi karyawan IBM yang tersebar di enam puluh empat negara. Penelitian selanjutnya dilakukan terhadap sepuluh organisasi dilokasi yang berbeda, lima organisasi dari Denmark, dan lima organisasi dari Belanda meliputi perusahaan swasta yang bergerak dibidang elektronika, kimia, barang-barang konsumsi, bank, transportasi, telekomunikasi dan kepolisian (Hofstede, 1990).

Sedangkan Robbins, (2006) menjelaskan bahwa budaya organisasi itu merupakan suatu system nilai yang dipegang dan dilakukan oleh anggota organisasi, sehingga hal yang sedemikian tersebut bisa membedakan organisasi tersebut dengan organisasi lainnya. Sistem nilai tersebut dibangun oleh 7 aspek-aspek sebagai perekat (*essence*) dari budaya organisasi, 7 aspek-aspek adalah:

- a. Inovasi dan pengambilan risiko (*Innovation and risk taking*). Tingkatan dimana para karyawan terdorong untuk berinovasi dan mengambil risiko.
- b. Perhatian yang rinci (*Attention to detail*). Suatu tingkatan dimana para karyawan diharapkan memperlihatkan kecermatan (*precision*), analisis dan perhatian kepada rincian.
- c. Orientasi hasil (*Outcome orientation*). Tingkatan dimana manajemen memusatkan perhatian pada hasil bukannya pada teknik dan proses yang digunakan untuk mencapai hasil.

- d. Orientasi pada manusia (*People orientation*). Suatu tingkatan dimana keputusan manajemen memperhitungkan efek hasil – hasil pada orang–orang anggota organisasi itu.
- e. Orientasi tim (*Team orientation*). Suatu tingkatan dimana kegiatan kerja diorganisir di sekitar tim – tim, bukannya individu – individu.
- f. Keagresifan (*Aggressiveness*). Suatu tingkatan dimana orang – orang (anggota organisasi) itu memiliki sifat agresif dan kompetitif dan bukannya santai – santai.
- g. Stabilitas (*Stability*). Suatu tingkatan dimana kegiatan organisasi menekankan di pertahankannya status daripada pertumbuhan.

Tiap aspek-aspek ini berlangsung pada suatu *kontinuun* (satu kesatuan) dari rendah ke tinggi, maka dengan menilai organisasi itu berdasarkan 7 (tujuh) aspek-aspek tersebut, akan di peroleh gambaran majemuk dari budaya organisasi itu. Dimana gambaran ini menjadi dasar untuk mengetahui pemahaman bersama yang dimiliki oleh para anggota organisasi dan bagaimana urusan diselesaikan di dalamnya serta cara para anggota diharapkan berperilaku.

Saat ini beberapa perusahaan yang mampu bersaing dan berhasil sedang dan terus berupaya untuk meningkatkan harapan konsumen dan meningkatkan kinerja karyawan dalam wujud pelayanan yang memuaskan semua pihak. Perusahaan yang demikian menekankan suatu sistem kepuasan

nasabah secara utuh. Kesadaran akan pentingnya keberadaan konsumen akan menjadi suatu kekuatan untuk mencapai suatu prestasi yang tinggi.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa nilai budaya organisasi dibentuk agar dapat membantu karyawan untuk memahami nilai budaya yang ada dengan harapan akan memunculkan sikap tanggungjawab karyawan. Adapun berbagai macam pendapat yang dikemukakan oleh para ahli bahwa budaya organisasi mempunyai aspek-aspek nilai budaya yang dibedakan menjadi empat daspek, yaitu : Power distance, Uncertainty avoidance, Individualism, dan Masculinity dan feminime. Aspek nilai budaya organisasi yang dikemukakan tersebut dapat membedakan suatu organisasi dengan organisasi lain yang menunjukkan bahwa salah satu bentuk nilai-nilai yang dikembangkan oleh perusahaan berdasarkan pada aspek-aspek yang menjadi landasan dalam sebuah peningkatan layanan pada konsumen.

5. Nilai Budaya Organisasi dalam BNI Syariah

Budaya kerja Bank BNI Syariah, berbeda Bank pasti akan berbeda juga budaya, attitude, dan pelayanan kerjanya, Nah BNI sendiri mempunyai keunikan dalam budaya kerja seperti Nilai-nilai (values) dan keyakinan (beliefs) yang menjadi pedoman dalam berperilaku, yang dinilai penting bagi kelangsungan suatu organisasi

Values - prinsip-prinsip yang diyakini baik dan benar dalam menjalankan organisasi perusahaan; Beliefs□ hipotesa yang melandasi

suatu paradigma, yang diyakini sebagai sesuatu yang terbaik dalam menjalankan organisasi.

a) Pentingnya Budaya Kerja

Organisasi yang unggul dan bertahan dalam jangka waktu lama terbukti merupakan organisasi yang memiliki Budaya Kerja yang kokoh yang menunjang visi organisasi. Budaya Kerja dapat terlihat dalam berbagai aspek seperti :

- Suasana kerja
- Sistem dan Prosedur
- Peraturan dan Kebijakan
- Perilaku karyawan sehari-hari
- Perilaku Pimpinan dalam menjalankan perusahaan

Nilai-nilai Budaya Kerja adalah pondasi organisasi untuk kesamaan komitmen, berpikir dan bertindak, menjalankan Misi dan mencapai Visi organisasi tersebut.

b) Deployment Budaya Kerja

Agar budaya kerja betul-betul terbentuk dan menjadi acuan bagi segenap pegawai, maka perlu ada metode deployment budaya kerja yang tersistem.

Metode Deployment budaya kerja antara lain meliputi :

- Penguraian budaya kerja menjadi panduan perilaku
- Proses awareness misalnya melalui pelatihan dan sosialisasi
- Mentoring, coaching & konseling budaya kerja
- Peraturan dan kebijakan yang sejalan dengan budaya kerja
- Sistem remunerasi, reward & punishment

- Tata tertib
- Metode pengukuran keberhasilan budaya kerja

c) AMANAH

Menjalankan tugas dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab untuk memperoleh hasil yang optimal

- Profesional dalam menjalankan tugas
- Memegang teguh komitmen dan bertanggung jawab- Jujur, adil dan dapat dipercaya
- Menjadi teladan yang baik bagi lingkungan

d) JAMAAH

Bersinergi dalam menjalankan tugas dan kewajiban

- Bekerjasama secara rasional dan sistematis- Saling mengingatkan dengan santun
- Bekerjasama dalam kepemimpinan yang efektif

Dan semua itu masih sebagian kecil yang saya jelaskan tentang Bank BNI Syariah, masih banyak dan masih dalam lagi untuk mengerti lebih jauh tentang Bank BNI Syariah

D. Hubungan Nilai Budaya Organisasi dengan Komitmen Organisasi Karyawan Bank Nasional Indonesia Syariah

Terlibatnya individu dalam organisasi dengan bekerja secara baik untuk mencapai tujuan organisasi merupakan kondisi ideal yang diharapkan (Robbins, 2003). Individu dituntut tidak hanya berkomitmen pada tugas spesifik, tetapi juga pada organisasi tempat ia bekerja. Greenberg & Baron (2003) menyatakan komitmen organisasi yang tinggi pada diri karyawan

akan menguntungkan organisasi, karena akan membuat karyawan lebih stabil dan produktif. Tingkat komitmen organisasi yang tinggi mengekspresikan kesediaan karyawan untuk berkontribusi sebagai bagian dari keyakinan pada kesamaan nilai dan tujuan dengan organisasi. Menurut Robbins (2005) terdapat hubungan yang positif antara komitmen organisasi dan produktivitas kerja serta hubungan negatif antara komitmen organisasi dengan absenteeism ataupun dengan turnover.

Meyer dan Allen (1997), mendefinisikan komitmen organisasi sebagai kondisi psikologis yang menggambarkan hubungan karyawan dengan organisasinya, dan yang mempengaruhi keputusan karyawan tersebut untuk melanjutkan keanggotaannya dalam organisasi tersebut. Meyer dan Allen (1997) menjelaskan bahwa komitmen tersebut dipengaruhi tiga komponen komitmen. Komponen tersebut yaitu, komitmen afektif, komitmen kontinuans, dan komitmen normatif. Komitmen afektif berkaitan dengan adanya keinginan untuk terikat pada organisasi. Komitmen kontinuans merupakan suatu komitmen yang didasarkan pada pertimbangan untung-rugi dan apa yang harus dikorbankan bila akan menetap pada organisasi. Sedangkan komitmen normatif merupakan komitmen yang didasarkan pada norma yang ada dalam diri karyawan yang berisi keyakinan individu akan tanggung jawab terhadap organisasi. Dalam membahas komitmen organisasi maka tidak lepas dari membahas nilai.

Beberapa ahli komitmen organisasi menyatakan budaya dengan nilai sebagai pusat budaya menjadi antecedent penting komitmen organisasi (Allen & Meyer, 1991, dalam Rosanond, 2002). Staw (dalam Novari, 2007)

melihat komitmen sebagai sebuah proses dimana para karyawan mengidentifikasi nilai dan tujuan dari organisasi dan berkeinginan untuk mempertahankan keanggotaannya dalam organisasi.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

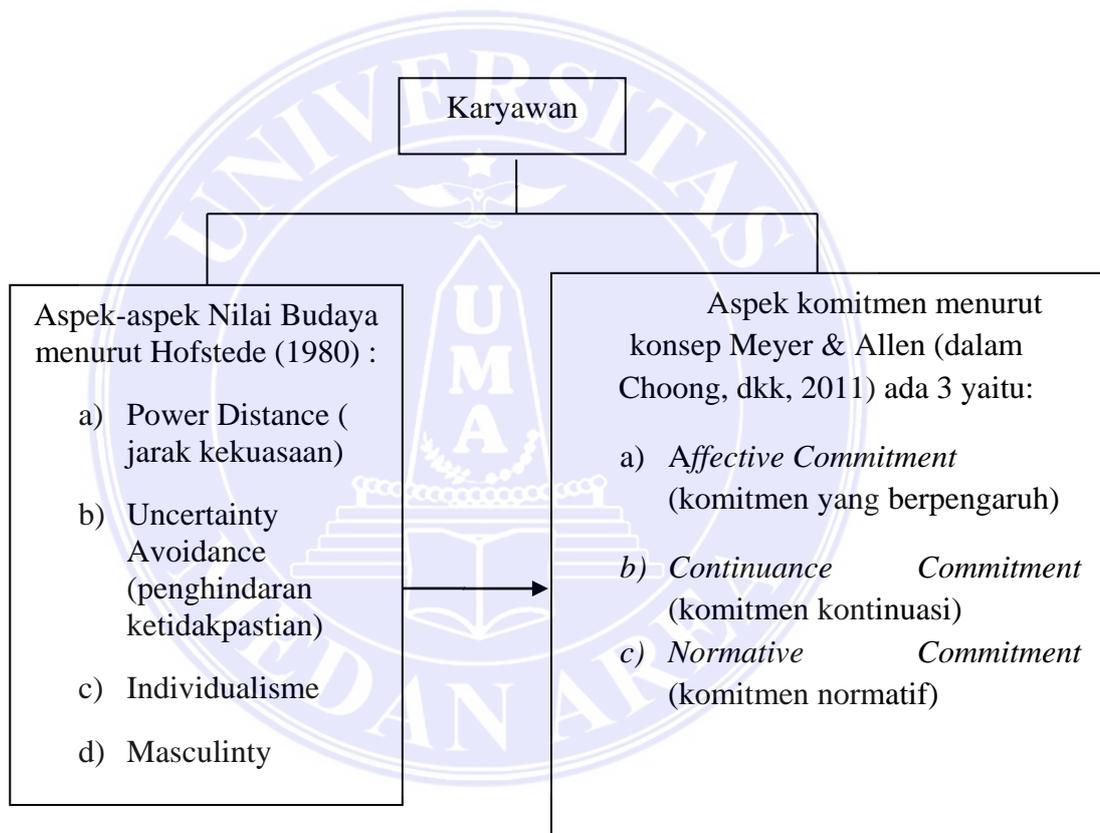
Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS).

Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor

Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa ada hubungan komitmen organisasi dengan nilai budaya organisasi pada karyawan PT. BNI Syariah.

E. Kerangka



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian teoritis diatas, maka hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Ada hubungan antara komitmen organisasi dengan nilai budaya organisasi pada karyawan.

Dengan asumsi semakin tingginya komitmen organisasi terhadap nilai budaya organisasi pada karyawan. Sebaliknya semakin rendah tingkat komitmen organisasi terhadap nilai budaya organisasi terhadap karyawan





UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/8/22

Access From (repository.uma.ac.id)16/8/22

BAB III

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang di gunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Azwar (2009) penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang di olah dengan metode statistika. Penelitian ini termasuk dalam penelitian non-eksperimen, dimana tidak memberikan perlakuan terhadap subjek penelitian.

Penelitian ini dpat dikatakan sebagai penelitian korelasional bila di tinjau dari judul penelitian. Penelitian korelasional merupakan penelitian yang memiliki kegunaan untuk mencari hubungan antar dua variable atau lebih yang dilakukan dengan menghitung kolerasi antara variable yang dicari hubungannya, sehingga diperoleh arah dan kuatnya hubungan antara dua variable atau lebih yang diteliti (Sugiyono,2010)

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variable penelitian digunakan untuk menguji hipotesa penelitian. Dalam penelitian, variable-variable yang digunakan yaitu:

Variabel Terikat : Komitmen Organisasi

Variabel Bebas : Nilai Budaya Organisasi

B. Definisi Operasional Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variable yang akan diukur yaitu komitmen organisasi dan nilai budaya organisasi. Berikut ini definisi operasional dari masing-masing variable dalam penelitian.

a). Komitmen Organisasi

Komitmen organisasi sebagai suatu sikap yang merefleksikan perasaan suka atau tidak suka dari karyawan terhadap organisasi. Komitmen organisasi sebagai suatu ikatan psikologis individu pada organisasi.

Komitmen organisasi diaspekan dengan meyakini dan menerima tujuan dan nilai yang dimiliki oleh organisasi, kesediaan untuk berusaha dengan sungguh-sungguh demi organisasi serta mempunyai keinginan yang kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi.

Dilihat dari aspek-aspek komitmen organisasi yaitu:

- a. *Affective commitment* adalah seseorang menjadi anggota organisasi karena ia menginginkan (*want to*), ini meliputi keadaan emosional dari karyawan untuk menggabungkan diri, menyesuaikan diri, dan berburai langsung dalam organisasi.
- b. *Continuance commitment* adalah komitmen yang didasarkan pada penghargaan yang diharapkan karyawan untuk dapat tetap berada dalam organisasi. Dengan kata lain seseorang menjadi anggota organisasi sebab dia merasa membutuhkan (*need to*).

c. *Normative commitment* adalah seseorang menjadi anggota organisasi sebab ia merasa harus melakukan sesuatu (*ought to*), ini meliputi perasaan karyawan terhadap kewajiban untuk tetap tinggal dalam organisasi. tersebut.

b). Nilai Budaya Organisasi

Nilai budaya organisasi adalah kecenderungan sekelompok orang sebagai hasil iteraksi program mental individu dengan lingkungannya yang digunakan untuk memberikan respon pada suatu permasalahan. Definisi operasional nilai budaya organisasi adalah skor yang diperoleh individu dari 4 aspeknya *Value Survey Module* yang dikembangkan oleh Hofstede (1980).

Aspek nilai budaya organisasi tersebut adalah *power distance*, yaitu kondisi dimana individu-individu yang memiliki organisasi menerima keadaan dimana kekuasaan didistribusikan secara tidak merata, *uncertainty avoidance* didalam menyikapi situasi yang penuh ketidakpastian dan ketidakjelasan serta berusaha untuk menghindari situasi, *individualism* yaitu kriteria yang menggambarkan longgarnya ikatan antar anggota suatu masyarakat dimana seorang hanya memikirkan dirinya atau keluarga dektanya semata sedangkan *collectivisme* lebih menekankan pada kokohevesian kelompok dan *masculinity* yang menggambarkan derajat pada nilai-nilai asertif, perfoma, ambisi, prestasi, dab kepemilikan materi dianggap tinggi atau penting dalam suatu organisasi.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini merupakan penelitian populasi. Subjek penelitian seluruhnya berasal dari suatu populasi. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah karyawan yang bekerja di PT. BNI Syariah. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 orang karyawan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008). Hasil penelitian sampel diharapkan dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Generalisasi adalah kesimpulan penelitian sebagai suatu yang berlaku bagi populasi. Selanjutnya menurut Hadi (2000) syarat utama agar dapat dilakukan generalisasi adalah bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian harus dapat mencerminkan keadaan populasinya. Dalam istilah teknik statistik dikatakan, sampel harus merupakan populasi dalam bentuk kecil.

Pemilihan sampel untuk penelitian ini dilakukan menggunakan teknik *total sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel (Sugiyono,2008). Dimana sampel dalam penelitian ini adalah 60 karyawan.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Mengingat jumlah populasi yang sangat sedikit, maka penelitian ini diupayakan untuk menggunakan seluruh populasi (*total sampling*). Dalam menentukan jumlah sampel Arikanto (dalam Kasmadi, 2013) menjelaskan, apabila jumlah populasi relatif sedikit (kurang dari 100 orang), maka sebaiknya seluruh populasi dijadikan subjek penelitian, sehingga penelitian ini disebut dengan penelitian populasi, atau dalam bahasa lain dinyatakan sebagai sampel total. Namun jika jumlah populasi lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10-15% atau 20-25% atau lebih. Berdasarkan jumlah populasi yang ada dalam penelitian ini, yaitu 60 orang, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 orang.

D. Metode Pengambilan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode skala. Menurut Hadi (2000) skala adalah suatu metode penelitian dengan menggunakan daftar pernyataan yang harus dijawab dan dikerjakan oleh orang yang menjadi subyek penelitian. Sejalan dengan hal diatas, Arikunto (2001) juga mengatakan bahwa skala adalah sejumlah pernyataan tertulis yang digunakan dalam memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan atau hal-hal yang diketahuinya.

Menurut Hadi (2000) ada beberapa kelebihan menggunakan metode skala, yaitu:

1. Subyek adalah orang yang paling tau tentang dirinya.

2. Apa yang dikatakan subyek kepada penyelidik adalah benar dan dapat dipercaya.
3. Interpretasi subyek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sama dengan yang dimaksud peneliti.

Penelitian ini menggunakan dua jenis skala yaitu skala nilai budaya organisasi psikologis dan skala komitmen organisasi dengan bentuk skala Likert, dengan 4 pilihan jawaban, yakni Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Pernyataan skala ini disusun dalam bentuk *favourable* dan *unfavourable*. Kriteria penilaian jawaban, nilai 4 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), nilai 3 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), nilai 2 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS), dan nilai 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS). Sedangkan untuk pernyataan *unfavourable*, nilai 1 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), nilai 2 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), nilai 3 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS), dan nilai 4 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS).

E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Salah satu masalah utama dalam kegiatan penelitian sosial, khususnya psikologi adalah cara memperoleh data yang akurat dan objektif. Hal ini menjadi sangat penting, artinya kesimpulan penelitian hanya akan dapat dipercaya apabila didasarkan pada informasi yang juga dapat dipercaya (Azwar, 2003). Dengan memperhatikan kondisi ini, tampak bahwa alat pengumpul data memiliki peranan penting. Baik atau tidaknya

suatu alat pengumpul data dalam mengungkap kondisi yang ingin diukur, tergantung pada validitas dan reliabilitas alat ukur yang akan digunakan, diuraikan sebagai berikut:

1. Validitas Alat Ukur

Kesahihan atau validitas dibatasi tingkat kemampuan suatu alat ukur untuk mengungkap sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan alat ukur tersebut. Suatu alat ukur dinyatakan sah jika alat ukur itu mampu mengukur apa saja yang hendak diukurnya, mampu mengungkapkan apa yang hendak diungkapkan, atau dengan kata lain memiliki ketetapan dan kecermatan dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar, 2003).

Validitas berasal dari kata "*validity*" yang mempunyai arti sejauhmana ketepatan (mampu mengukur apa yang hendak diukur) dan kecermatan suatu instrumen pengukuran melakukan fungsi ukurnya, yaitu dapat memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil-kecilnya antara subjek yang lain (Azwar, 2003). Sebuah alat ukur dapat dinyatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat ukur tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dikenakannya alat ukur tersebut. Teknik yang digunakan untuk menguji validitas alat ukur adalah teknik korelasi product moment dari Karl Pearson, dengan formulanya sebagai berikut (Hadi, 2000).

$$r_{xy} = \frac{\sum XY = \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left\{ \left(\sum X^2 \right) - \frac{(\sum X)^2}{N} \right\} \left\{ \left(\sum Y^2 \right) - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antar variabel bebas dengan variabel terikat

$\sum XY$ = jumlah hasil kali antar skor variabel bebas dengan skor variabel tergantung

$\sum X$ = jumlah skor variabel X

$\sum Y$ = jumlah skor variabel Y

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat skor variabel X

$\sum Y^2$ = jumlah kuadrat skor variabel Y
 N = jumlah subjek

Nilai validitas setiap butir (koefisien *r product moment* Pearson)

sebenarnya masih perlu dikoreksi karena kelebihan bobot. Kelebihan bobot ini terjadi karena skor butir yang dikorelasikan dengan skor total ikut sebagai komponen skor total, dan hal ini menyebabkan koefisien *r* menjadi lebih besar (Hadi, 2000). Formula untuk membersihkan kelebihan bobot ini dipakai formula *whole* dengan rumus sebagai berikut :

$$R_{pq} = \frac{r_{pq} \cdot SD_y - SD_x}{SD^2_y + SD^2_x - 2r \cdot SD_x \cdot SD_y}$$

Keterangan :

R_{pq} = Koefisien korelasi antara x dan y setelah dikorelasi

R_{tp} = Koefisien product moment

S_{dy} = Deviasi standar total

S_{dx} = Deviasi standar factor

2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Reliabel dapat juga dikatakan kepercayaan, keterasalan, keajegan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya. Hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah (Azwar, 2003). Analisis reliabilitas alat ukur yang dipakai adalah teknik Hoyt Azwar (2003) dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{tt} = 1 - \frac{Mki}{Mks}$$

Keterangan:

r_{xy} = indeks reliabilitas alat ukur

1 = konstanta bilangan

Mki = mean kwadrat antar butir

Mks = mean kwadrat antar subjek

Adapun digunakannya teknik reliabilitas dari Hoyt ini adalah:

1. Jenis data kontinyu.
2. Tingkat kesukaran seimbang.
3. Merupakan tes kemampuan (*power test*), bukan tes kecepatan (*speed test*).

F. Metode Analisis Data

Untuk menguji data yang telah diperoleh maka teknik analisis yang digunakan secara statistik adalah dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment*. Alasan peneliti menggunakan analisis korelasi *Product Moment* dalam menganalisis data karena dalam penelitian ini terdapat satu

variabel bebas (nilai budaya organisasi) yang ingin dilihat hubungannya dengan satu variabel tergantung (komitmen organisasi). Adapun rumus *Product Moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{N}}{\sqrt{\left\{ \left(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{N} \right) \left(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N} \right) \right\}}}$$

Keterangan :

r_{xy}	=	koefisien korelasi antar variabel bebas dengan variabel terikat
$\sum XY$	=	jumlah hasil kali antar skor variabel bebas dengan skor variabel tergantung
$\sum X$	=	jumlah skor variabel X
$\sum Y$	=	jumlah skor variabel Y
$\sum X^2$	=	jumlah kuadrat skor variabel X
$\sum Y^2$	=	jumlah kuadrat skor variabel Y
N	=	jumlah subjek

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berpedoman pada hasil-hasil dan pembahasan yang telah di buat, maka dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara nilai budaya organisasi dengan komitmen organisasi. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{yx} = 0,996$: $p > 0,00$. Artinya semakin tinggi nilai budaya organisasi maka semakin tinggi komitmen organisasi. Sebaliknya, semakin rendah nilai budaya organisasi karyawan maka semakin rendah komitmen organisasi dimiliki karyawan. Dengan demikian hipotesis diterima.
2. Adapun koefisien determinan dari hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) adalah 0,992. Ini menunjukkan bahwa komitmen organisasi dipengaruhi nilai budaya organisasi.
3. Karyawan PT. Bank Nasional Indonesia Syariah Medan memiliki komitmen organisasi yang tinggi dengan mean empirik = $90.83 > 62.50$ dimana selisihnya melebihi bilangan satu SB/SD, maka dinyatakan bahwa nilai budaya organisasi tergolong baik dan apabila mean/nilai rata-rata hipotetik $>$ mean/nilai rata-rata empirik, dimana selisihnya melebihi bilangan satu Simpangan Baku/Standar Deviasi.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibuat, maka hal-hal yang dapat disarankan adalah sebagai berikut :

1. Bagi Karyawan

Sesuai hasil penelitian bahwa komitmen organisasi pada karyawan PT. Bank Nasional Indonesia Syariah cukup tinggi, maka karyawan sebaiknya menerima dan menghadapi setiap resiko perubahan yang ada di organisasi sehingga karyawan tidak merasakan nilai budaya organisasi yang dapat mengganggu kesinambungan pekerjaan karyawan dan tetap mempertahankan kinerja yang selama ini di capai dan semakin menjadi yang terbaik di dalam perusahaan

2. Bagi Perusahaan

Sesuai hasil penelitian, perusahaan diharapkan menginformasikan setiap perubahan yang ada di perusahaan kepada semua karyawan dan menjelaskan tujuan dari perubahan tersebut sehingga menimbulkan komitmen organisasi pada karyawan. Selain itu perusahaan juga diharapkan melihat dampak dari perubahan organisasi pada karyawan dan mencari solusi dari dampak tersebut agar komitmen organisasi karyawan tidak semakin tinggi.

3. Saran untuk Peneliti Selanjutnya

Nilai budaya organisasi memiliki kontribusi pengaruh sebesar 0,992% terhadap komitmen organisasi pada karyawan PT. Bank Nasional

Indonesia Syariah, maka dapat diketahui bahwa masih terdapat 99,2% pengaruh dari factor lain terhadap komitmen organisasi yang tidak diungkap dalam peneliti ini, dan peneliti selanjutnya dapat meneliti faktor-faktor lain yang mempengaruhi komitmen organisasi karyawan seperti faktor personal, karakteristik pekerjaan, pengalaman kerja dan lain sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Ferryansyah, M.F. (2013). *Pengaruh Budaya Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan*. Skripsi. Jakarta : UIN Syarif Hidayatullah. Diperoleh 21 April 2017
- Taurisa, C.M. dan Ratnawati, I. (2012). *Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Kepuasan Kerja Terhadap Komitmen Organisasional Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi ISSN 1412-3126 Vol 19 No. 2. Diperoleh 21 April 2017.
- Sari, K. T. dan Witjaksono, A.D. (2013). *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Momitmen Organisasi Melalui Kepuasan Kerja*. Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 1 No. 3. Diperoleh 21 April 2017.
- Alfiana, Z.M. dan Puspasari, D. (2014). *Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Komitmen Organisasi Pada Karyawan PT. Sinar Sosro Surabaya*. Tugas Akhir . Surabaya : Universitas Negeri Surabaya. Diperoleh 29 April 2017.
- Dewi, S. (2015). *Hubungan Budaya Organisasi Dengan Komitmen Organisasi Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk Kantor Cabang Pekanbaru*. Jurnal Psikologi Vol.2 No.2. Diperoleh 20 April 2017.
- Darajat, L.N. dan Rosyidah. (2012). *Hubungan Budaya Organisasi Dengan Komitmen Orgnisasi Perawat Bagian Rawat Inap Kelas II Dan III Rumah Sakit PKU Muhammdiyah Yogyakarta*. Jurnal Kesmas ISSN 1978-0575 Vol.6 No. 2 . Diperoleh 29 April 2017
- Abdullah & Arisanti, H. (2010). Pengaruh budaya organisasi, komitmen organisasi dan akuntabilitas publik terhadap kinerja organisasi. Jurnal Ekonomi dan Bisnis. Vol. 13 Agustus
- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2005). *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktek*. Jakarta:Gema Insani Press.
- Armansyah, (2002) Komitmen organisasi dan imbalan finansial. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.
- Avolio, B. J., Zhu, W., Koh, W., & Bhatia, P. (2004). Transformational Leadership And Organizational Commitment: Mediating Role of Psychological Empowerment and Moderating Role o Structural Distance. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 51-968.
- Donni Juni Priansa, 2016, *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Alam*. Bandung: Gramedia

- Jackson, S. L. (2003). *Research method and statistics: a critical thinking approach*. California: Wadsworth/Thomson Learning.
- Karyawan atas Pengelolaan Sumber Daya Manusia dalam Organisasi dengan Komitmen Karyawan pada Organisasi. (Tesis) Depok: PascaSarjana FakultasPsikologi Universitas Indonesia
- Kaplan, R. M. & Dennis, P. S. (2005). *Psychological testing principles, applications, and issues* (6th ed.). Thomson Wadsworth: Belmont.
- Kerlinger, F.N., & Lee, H.B. (2000). *Foundations of behavioral research, fourth edition*. Orlando: Harcourt, Inc.
- Khikmah, Siti Noor. 2005. Pengaruh Profesionalisme Terhadap Keinginan Berpindah Dengan Komitmen Organisasi dan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Maksi USU*, Vol. 5 Agustus. 2005
- Koesmono, H. T., 2007, ” Pengaruh Kepemimpinan Dan Tuntutan Tugas Terhadap Komitmen Organisasi Dengan Variabel Moderasi Motivasi Perawat Rumah Sakit Swasta Surabaya”, *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol. 9, No. 1, Maret 2007: 30-40.
- Mathieu, J. E., & Zajac, D.M. (1990) A review and meta analysis of the antecedents, correlates, consequences of organizational commitment. *Psychological bulletin*. 108, 171-194.
- Meyer, J.P. & Allen, N., J. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organizationt. *Journal of Psychology*, 63,1-18.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). *Commitment in the worplace theory research and application*. California: Sage Publications.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steeras, R. (1982). *Organizational linkages : the psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. San Diego, California : Academic Press.
- Muhammad (2005). *Bank Syariah:Problem dan Prospek Perkembangan diIndonesia*.Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Munandar, A. S. (2001). *Psikologi industri dan organisasi*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Prabowo, Ari (2006). Hubungan Nilai Maskulinitas-Feminitas dengan Komitmen Organisasi pada Karyawan Bank yang bersuku Jawa dan

yang Bersuku Minang. Fakultas Psikologi Universitas Indonesia, *Skripsi*. Tidak Dipublikasikan.

Profil Bank Syariah <http://www.bnisyariah.co.id/Profil-SekilasBSMI.php>

Robbins, S. (2000). *Perilaku Organisasi*. Edisi Bahasa Indonesia. Jilid 1. Jakarta: PT Perhallindo.

Robbins, S. P. (2003). *Organizational behavior* (10th ed). New Jersey : Prentice Hall.

Robbins, S. P. (2005). *Organizational behavior* (11th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Schein, E.H. (1980). *Organizational psychology*, 3rd edition. New Jersey: Prentice-Hall
Schein, E.H. (1990). *Organizational Culture*. *American Psychologist*. 45, 109-119.

Schein E.,H. (1992) *Organisational Culture and Leadership* 2nd edition. California:Jossey Bass,
Seniati, L., Yulianto, A., Setiadi, B.N. (2005). *Psikologi eksperimen*. Jakarta:Gramedia.

Sejarah PT. BNI Syariah <http://www.bnisyariah.co.id/sejarah-bni-syariah#>

Seniati, L., Yulianto, A., Setiadi, B.N. (2005). *Psikologi eksperimen*. Jakarta: Gramedia.

Shultz, D.P., Shultz,S.E. 1993. *Psychology and Work Today an Introduction to Industrial and Organizational* 6th Edition. Newyork : Mc Milan Publising

Sopiah, 2008, “Budaya Organisasi, Komitmen Organisasional Pimpinan dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan Bank”, *Jurnal Keuangan dan Perbankan* Vol. 12 No. 2 Mei 2008, Hal 3008-31, Terakreditasi SK. No. 167/DIKTI/Kep/2007

Sopiah, (2008). *Perilaku Organisasional*. Yogyakarta: ANDI.

Wirawan, 2007, *Budaya dan Iklim Organisasi: Teori Aplikasi dan Penelitian*, Salemba Empat, Jakarta.



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/8/22

Access From (repository.uma.ac.id)16/8/22