

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Definisi Affective Commitment

Komitmen afektif merupakan bagian dari komitmen organisasi atau *organizational commitment*. Kajian yang telah banyak dilakukan dalam telah didefinisikan oleh beberapa peneliti terdahulu. Salah satu definisi disusun oleh Jaros et al. (1993) bahwa *affective commitment* didefinisikan sebagai “*the degree to which an individual is psychologically attached to an employing organization through feelings such as loyalty, affection, warmth, belongingness, fondness, happiness, pleasure, and so on*” (Jaros et al., 1993, p. 954). Melalui definisi tersebut Jaros et al. (1993) menegaskan bahwa komitmen afektif merupakan derajat keterikatan psikologis individu terhadap organisasi dimana tempatnya bekerja, yang berkaitan dengan loyalitas, kasih sayang, kehangatan, rasa memiliki, kebahagiaan, kenikmatan dan lainnya.

Selain Jaros et al. (1993) terdapat definisi lain yang disusun oleh Allen dan Meyer (1996) yang menjelaskan bahwa “*affective commitment refers to identification with, involvement in, and emotional attachment to the organization*” (Allen & Meyer, 1996, p. 253). Melalui definisi tersebut dijelaskan bahwa bentuk komitmen afektif berkaitan dengan bagaimana individu mengidentifikasi terkait dengan keterlibatan dan juga ikatan emosional terhadap organisasi yang ditempatinya.

Definisi lainnya yaitu dijelaskan oleh Robbins dan Judge (2009) yang menyatakan bahwa “*affective commitment is an attachment to the organization and a belief in its values*” (Robbins & Judge, 2009, p. 74) Melalui definisi Robbins dan Judge (2009) menjelaskan bahwa komitmen merupakan ikatan emosional pada pada organisasi dan keyakinan terhadap nilai-nilainya.

Melalui beberapa definisi telah dituliskan, peneliti memilih menggunakan definisi yang telah disusun oleh Allen dan Meyer (1996) dikarenakan pada teori ini lebih mendalami aspek yang lebih dalam yang berkaitan bagaimana individu dapat

mengidentifikasi dirinya serta sejauh mana terikat secara emosional. Selain itu komitmen afektif juga dikatakan sebagai inti dari komitmen organisasi yang membuat komitmen afektif membedakan dari konstruksi lain. Serta pengembangan yang telah dilakukan oleh Allen dan Meyer (1996) membuat instrumen yang terstandar dalam mengukur komitmen afektif, maka penggunaan teori Allen dan Meyer (1996) dapat dioperasionalisasikan dengan baik dalam konteks penelitian.

2.1.2 Dimensi *Affective Commitment*

Allen dan Meyer (1996) menjelaskan bahwa *affective commitment* merupakan konstruk yang unidimensional sehingga tidak memiliki dimensi. Hal ini dikarenakan semua aitem mengukur aspek yang sama yaitu keterikatan emosional pada organisasi.

2.1.3 Faktor yang Memengaruhi *Affective commitment*

Meyer dan Allen (1991) mengemukakan bahwa *affective commitment* dapat dipengaruhi oleh tiga faktor yang terdiri atas:

a. *Personal Characteristics*

Meyer dan Allen (1991) menjelaskan bahwa pada karakteristik personal terdiri dari atas usia, *tenure*, jenis kelamin dan pendidikan. Usia dapat memengaruhi individu, hal ini terlihat pada bagaimana tingkatan komitmen afektif individu dapat berbeda-beda tergantung pada usia. Semakin usia yang dimiliki semakin dewasa maka memiliki komitmen afektif yang lebih tinggi dibandingkan dengan usia yang lebih muda.

Lama menjabat menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi komitmen afektif, hal ini dikarenakan individu yang sudah lebih lama menjabat pada posisi tertentu akan memiliki lebih banyak pemahaman serta rutinitas yang membuat individu menjadi terbiasa dengan pekerjaan yang dilakukannya, maka diprediksi akan lebih memiliki tingkatan komitmen afektif yang lebih tinggi (Meyer & Allen, 1991).

Jenis kelamin dikatakan menjadi faktor dari komitmen afektif, hal ini dikarenakan dari masing-masing jenis kelamin memiliki motivasi serta gaya bekerja yang berbeda, hal tersebut juga menjadi dampak dari jabatan atau peranan apa yang sedang dijalankan oleh karyawan (Meyer & Allen, 1991). Pendidikan berkaitan dengan bagaimana individu memiliki kompetensi yang dapat membantu individu untuk mencapai kebutuhan *achievement*, kemampuan berafiliasi dengan rekan bekerja serta menjadi kekuatan lebih bagi individu untuk dapat mempertahankan keberlanjutan dalam bekerja (Meyer & Allen, 1991).

b. *Organizational Structure*

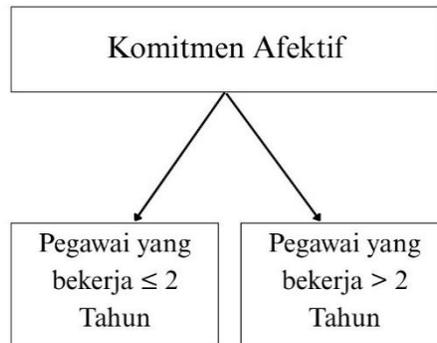
Struktur organisasi berperan dalam komitmen afektif dikarenakan bentuk birokrasi dari perusahaan juga akan berpengaruh pada bagaimana bentuk sosialisasi antar karyawan, perusahaan dengan struktur organisasi yang cenderung kekeluargaan akan lebih mudah memunculkan komitmen afektif pada karyawan hal ini didukung dengan adanya perasaan atau suasana yang mendukung karyawan menumbuhkan komitmen afektifnya, berbeda dengan bentuk otoriter biasanya karyawan akan cenderung memunculkan komitmen afektif dikarenakan strata atau tingkatan (Meyer & Allen, 1991).

c. *Work Experiences*

Pengalaman bekerja juga menjadi salah satu faktor adanya komitmen afektif, hal ini dikaitkan melalui pengalaman yang dimiliki oleh karyawan dari pengalaman bekerja sebelumnya atau semasa bekerja yang dapat membantu individu dalam memaknai hubungan dengan rekan kerja maupun jabatan yang saat ini sedang ditempatinya. Selain itu melalui pengalaman bekerja dapat membantu individu dalam membentuk skema bekerja melalui pengalaman sebelumnya dan tanggung jawab yang sedang dimilikinya (Allen & Meyer, 1996).

2.2 Kerangka Berpikir

Komitmen afektif merupakan bentuk keterikatan individu pada emosionalnya terhadap organisasi. Gen Z merupakan generasi yang mengutamakan emosional dibandingkan faktor lainnya. Bahkan nilai-nilai pribadi menjadi utama bagi Gen Z (Baskoro & Wisnubrata, 2022). Sehingga muncul pertanyaan terkait bagaimana individu dalam dunia bekerja. Perbedaan karakteristik, hingga preferensi karir, membuat Gen Z memiliki keunikan tersendiri. Tidak menutup kemungkinan bahwa Gen Z harus memiliki komitmen ketika bekerja. Menitikberatkan emosional menjadikan Gen Z lebih cenderung terarah pada komitmen afektif. Munculnya komitmen afektif seiring dengan bagaimana individu terlibat secara emosional serta memiliki hubungan yang positif di dalam organisasi. Pentingnya komitmen afektif dikarenakan menjadi awal pembentukan orientasi bekerja bagi Gen Z. Gen Z saat ini sedang memasuki dunia bekerja yang mana membutuhkan komitmen dalam keberlangsungan pekerjaannya. Komitmen dapat berkembang seiring berjalannya waktu, yang mana hal hal tersebut digambarkan menjadi lama bekerja. Mercurio (2015) menjelaskan bahwa individu yang memiliki komitmen afektif tinggi, maka cenderung memiliki masa bekerja yang lebih lama. Gen Z sebagai generasi yang masih baru memasuki dunia kerja akan terbantu dengan lama bekerja, hal ini berkaitan dengan sejauh mana individu berinteraksi dan menyesuaikan terhadap lingkungan pekerjaannya. Sehingga apabila individu memiliki masa bekerja yang lebih lama, maka semakin kuat keterikatan antara individu dengan organisasinya. Selain itu individu dengan lama bekerja yang lebih lama akan memiliki lebih banyak pengalaman, serta hubungan dengan rekan bekerja yang membuat individu dapat menumbuhkan sisi emosional lebih pada konteks bekerja. Semakin lama individu bekerja maka berkemungkinan besar individu memiliki tingkatan komitmen yang lebih tinggi. (Allen & Meyer, 1996) mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi *affective commitment* yaitu lama bekerja.



Gambar 2.1 Gambar Alur Kerangka Berpikir

2.3 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- H₀ : Tidak terdapat perbedaan komitmen afektif yang signifikan antara pegawai E-commerce berdasarkan lama bekerja.
- H_a : Terdapat perbedaan komitmen afektif yang signifikan antara pegawai E-commerce berdasarkan lama bekerja.