

PENGARUH DUKUNGAN ORGANISASI DAN KESESUAIAN NILAI TERHADAP KOMITMEN AFEKTIF ORGANISASI: KEPEMILIKAN PSIKOLOGIS SEBAGAI MODERASI

Sri Zunila Sari¹, Mufti Labib Abdurrahman²

UIN Sunan Ampel Surabaya^{1,2}

Zunilasari6@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengevaluasi pengaruh dukungan organisasional dan kesesuaian nilai terhadap komitmen afektif karyawan, serta menguji peran moderasi kepemilikan psikologis di Dompét Dhuafa Jawa Timur. Desain kuantitatif asosiatif menerapkan survei kepada 70 responden melalui simple random sampling dari 80 sumber daya manusia. Analisis menggunakan PLS-SEM melalui SmartPLS 4.0 dengan bootstrapping 5.000 resample. Temuan menunjukkan Kesesuaian Nilai berdampak signifikan langsung pada Komitmen Afektif Organisasi (koefisien jalur 0.449, probabilitas 0.003). Interaksi Dukungan Organisasional yang Dipersepsikan dan Kesesuaian Nilai juga signifikan (koefisien jalur 0.546, probabilitas <0.001), namun pengaruh langsung Dukungan Organisasional tidak signifikan. Kepemilikan Psikologis ternyata tidak memoderasi hubungan tersebut. Model menjelaskan 80.4% varians Komitmen Afektif (R^2 Square 0.804). Kesimpulannya, kesesuaian nilai menjadi prediktor utama komitmen afektif di Dompét Dhuafa Jawa Timur. Implikasi praktisnya menyarankan manajemen untuk mengintegrasikan nilai-nilai dan dukungan organisasi yang sinergis guna memperkuat komitmen sumber daya.

Kata kunci : Dukungan Organisasi, Kesesuaian Nilai, Komitmen Afektif Organisasi, Kepemilikan Psikologis

PENDAHULUAN

Tata kelola Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan imperatif strategis yang fundamental bagi keberlanjutan dan pencapaian tujuan organisasi. Dalam konteks operasional perusahaan modern, Sumber Daya Manusia tidak hanya berfungsi sebagai faktor produksi, melainkan sebagai aset utama yang menentukan kapabilitas inovasi dan daya saing. Tantangan krusial yang dihadapi organisasi kontemporer adalah upaya retensi dan penguatan komitmen karyawan di tengah dinamika lingkungan bisnis yang kompetitif. Komitmen afektif organisasi yang didefinisikan sebagai keterikatan emosional dan identifikasi karyawan terhadap nilai-nilai organisasi, menjadi variabel esensial karena berkorelasi positif dengan peningkatan loyalitas, kinerja, dan penurunan intensi *turnover*. Meskipun demikian, diskrepansi antara tingkat komitmen yang diharapkan dan realitas empiris di berbagai entitas organisasi mengindikasikan adanya kebutuhan mendesak untuk mengidentifikasi dan memvalidasi dalam manajemen SDM.

Manajemen organisasi mempunyai dua variabel utama terkait komitmen afektif organisasi yang telah teridentifikasi secara ekstensif. Pertama, dukungan organisasi, yang merefleksikan kepercayaan karyawan terkait organisasi bahwa organisasi yang mereka yakini merupakan organisasi yang menghargai upaya mereka dan memprioritaskan kesejahteraan mereka (Tjandra et al., 2018). Secara teoretis, dukungan organisasional yang dipersepsikan memicu norma timbal balik, yang pada gilirannya memperkuat ikatan emosional dan komitmen afektif karyawan (Noor, 2025). Kedua, kesesuaian nilai, yang merujuk pada derajat keselarasan antara sistem nilai personal individu dengan nilai-nilai yang diinternalisasi oleh organisasi. Konsistensi nilai ini terbukti secara empiris menjadi variabel signifikan terhadap komitmen afektif organisasi, di mana keselarasan yang tinggi memfasilitasi keterlibatan kerja yang lebih mendalam dan loyalitas yang lebih kuat (Ni Nengah Rupadi Kertiriasih, Tiksnayana Vipraprastha, 2023).

Selain variabel independen yang terdiri dari dukungan organisasi dan kesesuaian nilai, mekanisme psikologis individu juga memiliki peran moderasi yang signifikan. Kepemilikan psikologis, yang dimanifestasikan sebagai perasaan kepemilikan psikologis terhadap pekerjaan atau organisasi, dihipotesiskan dapat memoderasi hubungan antara dukungan organisasi dan kesesuaian nilai terhadap komitmen afektif organisasi. Berdasarkan *Self-Determination Theory*, kepemilikan psikologis memenuhi kebutuhan dasar, sehingga memperkuat dampak positif dukungan organisasional terhadap komitmen afektif (Pimenta et al., 2024). Konteks penelitian ini, yakni lembaga filantropi Islam seperti Dompet Dhuafa Jawa Timur, menawarkan lingkungan unik yang ditandai oleh budaya religius dan kepemimpinan adaptif (Mafhar et al., 2025). Lingkungan ini menuntut validasi empiris mengenai bagaimana interaksi antara dukungan organisasi, kesesuaian nilai, dan kepemilikan psikologis bekerja dalam membentuk komitmen afektif organisasi, khususnya dalam organisasi nirlaba yang berbasis nilai.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian literatur mengenai perilaku organisasi secara konsisten menempatkan Komitmen Afektif Organisasi sebagai konstruk sentral yang merefleksikan kualitas hubungan emosional antara individu dengan entitas tempat mereka bernaung. Komitmen afektif organisasi sebagaimana didefinisikan oleh (Mercurio, 2015) adalah ikatan kuat yang mencerminkan identifikasi dan kepuasan afektif, yang pada gilirannya memotivasi karyawan untuk mempertahankan keanggotaan mereka dalam organisasi. Keterikatan emosional yang tinggi ini merupakan prasyarat fundamental bagi terciptanya loyalitas berkelanjutan, kesiapan bersinergi, dan kontribusi optimal, menjadikannya hasil akhir yang dicari dalam setiap strategi manajemen sumber daya manusia yang efektif.

Dukungan Organisasional yang Dipersepsikan dan kesesuaian nilai pembentukan komitmen afektif organisasi dipengaruhi oleh serangkaian faktor yang berakar pada interaksi antara individu dan organisasi. Salah satu faktor kunci adalah Dukungan Organisasi, menurut (Eisenberger et al., 2020) adalah keyakinan karyawan bahwa organisasi menghargai kontribusi dan peduli terhadap kesejahteraan mereka. Dukungan ini memicu norma timbal balik yang memperkuat ikatan emosional. Secara paralel, dan kesesuaian nilai, yang ditekankan oleh (Bao et al., 2019) merupakan kesesuaian nilai-nilai personal dengan nilai-nilai organisasi. Keselarasan ini menciptakan lingkungan sosial yang kondusif dan secara langsung memfasilitasi keterikatan yang lebih mendalam, karena individu merasa nilai-nilai inti mereka terwakili dalam konteks kerja.

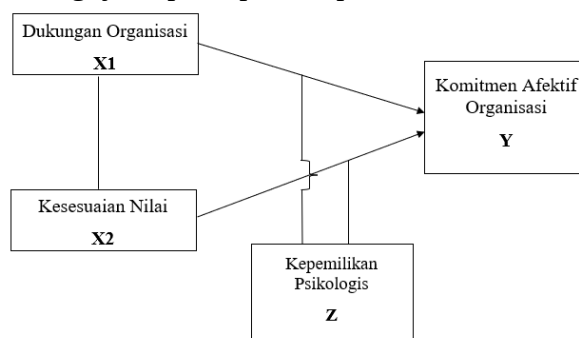
Kepemilikan Psikologis sebagai Mekanisme Internal Selain faktor-faktor relasional dan organisasional tersebut, peran mekanisme psikologis internal juga tidak dapat diabaikan. Kepemilikan Psikologis, yang diartikan oleh (Van Dyne & Pierce, 2004) sebagai perasaan individu bahwa organisasi adalah bagian dari dirinya, merupakan keadaan kognitif-afektif yang kuat. Rasa memiliki ini berfungsi sebagai lensa internal yang memproses input dari lingkungan kerja. Kepemilikan psikologis dihipotesiskan dapat mengintensifkan dampak positif dari dukungan organisasi dan kesesuaian nilai terhadap komitmen afektif organisasi. Karena perasaan kepemilikan ini secara intrinsik memuaskan kebutuhan otonomi dan meningkatkan dedikasi karyawan terhadap tugas-tugas organisasi.

Integrasi Konseptual dan Arah Penelitian Dengan mempertimbangkan peran krusial dari dukungan organisasi dan kesesuaian nilai sebagai pendorong utama komitmen afektif organisasi, serta potensi kepemilikan psikologis sebagai mekanisme internal yang memodifikasi hubungan tersebut, literatur menunjukkan adanya kebutuhan untuk mengintegrasikan ketiga konsep ini. Sintesis ini sangat relevan dalam konteks organisasi yang berbasis nilai, di mana dinamika manajemen yang fleksibel dan adaptif berpotensi memperkuat interaksi antara dukungan eksternal, keselarasan nilai, dan rasa kepemilikan internal (Ovianti & Harmen, 2025). Oleh karena itu, tinjauan pustaka ini bertujuan untuk menyajikan landasan

teoretis yang komprehensif mengenai interkoneksi antara dukungan organisasi, kesesuaian nilai, komitmen afektif organisasi, dan kepemilikan psikologis, guna memberikan kerangka konseptual yang kokoh bagi studi empiris yang akan dilakukan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dukungan organisasi dan kesesuaian nilai terhadap komitmen afektif organisasi dengan kepemilikan psikologis sebagai variabel moderasi di Dompot Dhuafa Jawa Timur yang menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan memilih 67 sumber daya manusia terkait sebagai sampel dari total populasi 80 orang. Sebar kuesioner kepada responden dilakukan secara acak dalam rangka mendapatkan data dengan *teknik simple random sampling* dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan sama untuk terpilih sebagai sumber data (Martono, 2011). Setiap jawaban dalam kuesioner diberi skor berdasarkan skala Likert 5-point. Sebelum analisis, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu untuk memastikan keabsahan (*validitas*) dan keandalannya (*reliabilitas*). Setelah data terkumpul, dianalisis dengan teknik *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui SmartPLS 4.0 dengan prosedur bootstrapping 5.000 resample dengan tiga teknik pengujian yakni *inner model*, *outer model*, dan uji hipotesis untuk menguji empat hipotesis penelitian.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Dukungan organisasi dan kesesuaian nilai ditentukan sebagai variabel independen, sedangkan komitmen afektif organisasi ditentukan sebagai variabel dependen, dan kepemilikan psikologis di tetapkan sebagai variabel moderasi dalam penelitian di dompet dhuafa jawa timur yang berfokus pada 67 orang sebagai responden dari total populasi 80 sumber daya manusia. Penyebaran pertanyaan kuesioner diperoleh dari indikator masing-masing variabel yang melibatkan teori-teori pembuktian, mencakup dukungan organisasi, kesesuaian nilai, komitmen afektif organisasi, dan kepemilikan psikologis. Berikut hasil uji mengguankan *Structural Equation Modelling–Partial Least Squares* (SEM-PLS).

Karakteristik Responden

Tabel 1. Jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-Laki	34	48.6%
Perempuan	36	51.4%
Jumlah	70	100%

Tabel 2. Usia Responden

Usia	Jumlah	Presentase (%)
20 – 30	53	75.7%
31 – 40	13	18.6%
41 – 50	2	2.9%
>50	2	2.9%
Jumlah	70	100%

Analisis Hasil Pengolahan Data

Average Variance Extranced (AVE)

Tabel 3. Nilai *Average Variance Extranced (AVE)*

Variabel	Jumlah
Komunikasi Afektif Organisasi	0.594
Kepemilikan Psikologis	0.587
Dukungan Organisasi	0.587
Kesesuaian Nilai	0.563

Berdasarkan tabel di atas diperlihatkan bahwa masing-masing variabel yang meliputi Dukungan Organisasi, Kesesuaian Nilai, Komunikasi Afektif Organisasi, Kepemilikan Psikologis memiliki jumlah nilai *Average Variance Extranced (AVE)* >0.50 Sehingga pengukuran dinilai stabil dan memenuhi syarat *Average Variance Extranced (AVE)* maka dinyatakan valid secara keseluruhan.

Construct Reliability and Validity

Tabel 4. Nilai *Construct Reliability and Validity*

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite reliability (rho a)</i>
Komunikasi Afektif Organisasi	0.914	0.915
Kepemilikan Psikologis	0.914	0.914
Dukungan Organisasi	0.899	0.901
Kesesuaian Nilai	0.882	0.884

Berdasarkan tabel di atas diperlihatkan bahwa secara keseluruhan nilai pada masing-masing variabel memenuhi semua syarat alat ukur baik dari *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Maka jika nilai *cronbach's alpha* dalam penelitian ini menunjukan hasil >0.60 dan nilai *composite reliability* dalam penelitian ini menunjukan hasil >0.70 Sehingga pengukuran dinilai stabil dan memenuhi syarat uji *composite reliability* maka dinyatakan valid secara keseluruhan.

R-square

Tabel 5. Nilai R-square		
Jenis Kelamin	R-square	R Square Adjusted
Komunikasi Afektif Organisasi	0.804	0.789

Berdasarkan tabel di atas di perlihatkan bahwa hasil dari pengujian dari alat ukur R Square pada penelitian yang dilakukan didapatkan hasil sebesar 0.804 yang dapat disimpulkan atau diartikan bahwa variabel Dukungan Organisasi dan Kesesuaian Nilai menunjukkan pengaruh terhadap Komunikasi Afektif Organisasi dengan jumlah akumulasi 80,4% sehingga termasuk dalam kategori tinggi dan memberikan pengaruh yang besar. Adapun nilai sebanyak 19,6% merupakan faktor-faktor yang memiliki pengaruh yang kurang dibahas dalam penelitian saat ini.

Path Coefficients

Tabel 6. Nilai Hasil Path Coefficients					
	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standart Deviation (STDEV)	T Statistic (IO/STDEV I)	P Values
Dukungan Organisasi → Komunikasi Afektif Organisasi	-0.107	-0.078	0.13	0.827	0.408
Kesesuaian Nilai → Komunikasi Afektif Organisasi	0.449	0.429	0.151	2.982	0.003
Kepemilikan Psikologis X Dukungan Organisasi → Komunikasi Afektif Organisasi	0.115	0.063	0.219	0.525	0.599
Kepemilikan Psikologis X Kesesuaian Nilai → Komunikasi Afektif Organisasi	-0.123	-0.111	0.207	0.596	0.551

Analisis pemodelan persamaan struktural dengan Partial Least Squares (PLS) melibatkan 5.000 sampel bootstrap untuk menguji signifikansi empat hipotesis yang diajukan. Kriteria signifikansi ditetapkan pada nilai t-statistik > 1.96 dan p-value < 0.05.

Pertama, dukungan organisasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap komunikasi afektif, dengan koefisien jalur negatif 0.107, nilai t-statistik 0.827, dan nilai p 0.408,

menunjukkan bahwa persepsi dukungan dari organisasi tidak secara langsung memprediksi peningkatan komunikasi afektif karyawan.

Kedua, kesesuaian nilai organisasi menunjukkan pengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap komunikasi afektif, dengan koefisien jalur positif 0.449, nilai t-statistik 2.982, dan nilai p 0.003. Temuan ini mengkonfirmasi bahwa konsistensi antara nilai individual dan nilai organisasi menjadi prediktor kuat komunikasi afektif, dengan kontribusi varians yang substantif.

Ketiga, kepemilikan psikologis tidak memoderasi hubungan dukungan organisasi dengan komunikasi afektif, dengan koefisien jalur 0.115, nilai t-statistik 0.525, dan nilai p 0.599. Efek interaksi yang tidak signifikan ini menandakan bahwa tingkat kepemilikan psikologis tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh dukungan organisasi terhadap komunikasi afektif.

Keempat, kepemilikan psikologis juga gagal memoderasi hubungan kesesuaian nilai organisasi dengan komunikasi afektif, dengan koefisien jalur negatif 0.123, nilai t-statistik 0.596, dan nilai p 0.551. Meskipun arah efek interaksi menunjukkan pola moderasi negatif, magnitude statistiknya tidak mencapai signifikansi.

Hasil ini menegaskan peran sentral kesesuaian nilai dalam memfasilitasi komunikasi afektif, sementara mendesakkan evaluasi ulang terhadap fungsi kepemilikan psikologis sebagai variabel pemoderasi dalam konteks ini. Model teoritik perlu perbaikan mengingat hanya satu dari empat hipotesis yang didukung empiris.

KESIMPULAN

Berdasarkan pengolahan data yang diproses melalui SmartPLS 4.0 di Dompot Dhuafa Jawa Timur, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Komitmen Afektif Organisasi terbentuk melalui interaksi Dukungan Organisasi yang Dipersepsikan dan Kesesuaian Nilai yang signifikan dengan kontribusi sebesar 80.4 persen. Kesesuaian Nilai secara individual berpengaruh positif dan signifikan terhadap komitmen afektif, namun Kepemilikan Psikologis tidak berperan sebagai variabel moderasi efektif dalam konteks lembaga filantropi Islam ini. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya keselarasan nilai-nilai religius dan dukungan organisasional yang sinergis dalam membangun komitmen sumber daya manusia di sektor nonprofit di Dompot Dhuafa Jawa Timur. Penelitian ini memberikan kontribusi empiris pada literatur manajemen sumber daya manusia dalam organisasi nirlaba berbasis nilai, khususnya di Dompot Dhuafa Jawa Timur. Bagi praktisi manajemen di lembaga filantropi Islam, temuan ini menekankan perlunya fokus pada rekrutmen dan seleksi yang mempertimbangkan kesesuaian nilai, serta pengembangan program orientasi yang memperkuat internalisasi nilai-nilai organisasi. Keterbatasan penelitian mencakup sampel yang terbatas pada satu lembaga di Jawa Timur dan desain cross-sectional yang tidak memungkinkan inferensi kausal kuat. Penelitian mendatang disarankan untuk memperluas sampel ke lembaga filantropi Islam lainnya, menambah variabel mediasi seperti kepuasan kerja atau engagement, serta menggunakan desain longitudinal untuk memahami dinamika komitmen afektif organisasi secara lebih komprehensif di Dompot Dhuafa Jawa Timur.

DAFTAR PUSTAKA

- Bao, Y., Dolan, S. L., & Tzafrir, S. S. (2019). Value Congruence in Organizations: Literature Review, Theoretical Perspectives, and Future Directions. *SSRN Electronic Journal*, September. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2154976>
- Eisenberger, R., Rhoades Shanock, L., & Wen, X. (2020). Perceived Organizational Support: Why Caring about Employees Counts. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 7, 101–124. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-012119-044917>

- Mafhar, M. A. R., Imas Maesaroh, & Bagoes Malik Alindra. (2025). Dinamika Manajemen Organisasi Wallet Dhuafa Jawa Timur: Studi Kasus Manajemen Program Kemanusiaan. *Journal of Islamic Management*, 5(1), 84–100. <https://doi.org/10.15642/jim.v5i1.1853>
- Martono, N. (2011). *Metode penelitian kuantitatif: Analisis dan analisis data sekunder*. library.stik-ptik.ac.id. <https://library.stik-ptik.ac.id/detail?id=45114&lokasi=lokal>
- Mercurio, Z. A. (2015). Affective Commitment as a Core Essence of Organizational Commitment: An Integrative Literature Review. *Human Resource Development Review*, 14(4), 389–414. <https://doi.org/10.1177/1534484315603612>
- Ni Nengah Rupadi Kertiriasih, Tiksnayana Vipraprastha, N. L. P. S. (2023). Pengaruh budaya organisasi, motivasi, dan kompensasi, terhadap kinerja karyawan melalui kepuasan kerja sebagai variabel intervening. *Edunomika*, 08(3), 1383–1401. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2530>
- Noor, S. (2025). Peranan Komitmen Afektif terhadap Organizational Citizenship Behavior pada Tenaga Kerja Non ASN Dinas Kota Banjarbaru. *Jurnal Kognisia*, 7(1), 35. <https://doi.org/10.20527/kognisia.2024.04.005>
- Ovianti, W., & Harmen, H. (2025). Pengaruh Person-Organization Fit dan Psychological Empowerment terhadap Kinerja Karyawan pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(4), 6368–6378. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i4.8993>
- Pimenta, S., Duarte, A. P., & Simões, E. (2024). ... responsible human resource management fosters work engagement: the role of perceived organizational support and affective organizational commitment. In *Social Responsibility Journal*. emerald.com. <https://doi.org/10.1108/srj-10-2022-0442>
- Tjandra, H. C., Wijaya, A., & Thio, S. (2018). Pengaruh Perceived Organizational Support Terhadap Komitmen Afektif Karyawan Hotel di Surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 6(2), 510–523.
- Van Dyne, L., & Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: Three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 439–459. <https://doi.org/10.1002/job.249>