

**HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DENGAN KOMITMEN
PROFESI MARKETING**

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
Universitas Widya Dharma Klaten



Oleh:

TUGINO
NIM. 1261100576

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN**

2016

HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DENGAN KOMITMEN
PROFESI MARKETING

Diajukan Oleh:

Tugino

1261100576

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji, Pada:

Hari : Jum'at

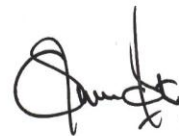
Tanggal : 17 Juni 2016

Pembimbing I



Hartanto.,S.Psi.,M.A
NIK.690313334

Pembimbing II



Anna Febrianty S,S.Psi,M.Si,M.Psi.Psi
NIK. 690 811 319

HALAMAN PENGESAHAN

Diterima dan disetujui oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas

Widya Dharma Klaten pada:

Hari : **Jum'at**
 Tanggal : **17 Juni 2016**
 Waktu : **12.45 - 14.45 WIB**
 Tempat : **Ruang Psikologi Unwidha Klaten**

Dewan Penguji Skripsi

Ketua,



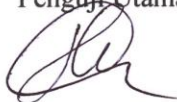
Drs. H. Jajang Susatya, M.Si
 NIP. 19611209 199103 1 001

Sekretaris,



Winarno Heru Murjito, M.Psi.
 NIP. 690 811 318

Penguji Utama,



Hartanto., S.Psi., M.A
 NIK.690313334

Penguji Pendamping,



Anna Febrianty S.S.Psi., M.Si., M.Psi., Psi
 NIK. 690 811 319

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi
 Universitas Widya Dharma



Drs. H. Jajang Susatya, M.Si
 NIP. 19611209 199103 1 001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : Tugino

NIM : 1261100576

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi berjudul "**HUBUNGAN ANTARA IKLIM ORGANISASI DENGAN KOMITMENT PROFESI MARKETING**" adalah benar-benar karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam tesis ini diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, Juni 2016

Yang membuat pernyataan



Tugino

NIM. 1261100576

MOTTO

”Pelajarilah ilmu pengetahuan, sesungguhnya mempelajari ilmu pengetahuan menjadikan jiwa takut kepada Allah, menuntutnya adalah ibadah, menghafalnya adalah tasbîh, mencarinya adalah jihad, mengajarkannya kepada orang yang tidak tahu adalah sodaqoh, dan menggunakannya kepada yang pantas adalah kurban. Sesungguhnya ilmu pengetahuan menempatkan orangnya dalam kedudukan terhormat dan mulia. Ilmu pengetahuan adalah keindahan bagi ahlinya di dunia dan di akhirat”

(Rosulullah SAW)

PERSEMBAHAN

Karya sederhana ini penulis persembahkan kepada :

1. Tuhan YME, atas kehendaknyalah skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Kedua Orang Tua saya, yang selalu mendoakan dan mendukung saya sehingga skripsi ini dapat selesai.
3. Istri ku dan calon anak ku yang selalu mendukung dan mendorong saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua rekan-rekan satu profesi di PT Astra. Terima kasih atas kerjasama dan dukungannya selama saya mengerjakan skripsi ini.
5. Sahabat dekatku Sidiq, Langgeng, Yoga.
6. Semua pihak yang tidak biasa saya sebutkan satu per satu terima kasih atas bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Terakhir kepada rekan-rekan mahasiswa semoga skripsi ini bisa menjadi tambahan pengetahuan bagi kita semuanya. Amin.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, Yang Maha Esa atas belas kasih dan karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan skripsi ini untuk memenuhi sebagian persyaratan guna mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Psikologi Program Studi Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten. Judul skripsi ”*Hubungan antara Iklim Organisasi dengan Komitment Profesi Marketing.*

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa ada bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah membantu, terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Triyono, M. Pd, Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Bapak Drs. H. Jajang Susatya, M.Si, Dekan Fakultas Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten
3. Bapak Winarno Heru Murjito, S.Psi., M.Psi., Ketua Program Studi Psikologi Universitas Widya Dharma Klaten yang telah memberikan persetujuan.
4. Hartanto.S.Psi.,M.A Sekalu Dosen pembimbing I yang dengan kesabaran memberi bantuan dan dorongan hingga selesainya penelitian ini.
5. Anna Febrianty S,S.Psi,M.Psi.Psik Selaku Dosen pembimbing II yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

6. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebut satu persatu telah membantu pelaksanaan penelitian ini hingga terselesainya penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada kita semua. Penulis menyadari akan adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak guna kemajuan untuk masa yang akan datang. Harapan yang dapat penulis sampaikan adalah semoga hal yang sedikit ini bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Klaten, Juni 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
ABSTRAK	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	4
C. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Komitment Profesi	6
1. Pengertian Karir dan Profesi	6
2. Pengertian Komitmen Profesi	6
3. Faktor-faktor mengenai Komitmen Profesi	8
4. Dimensi Komitmen Profesi	8
B. Iklim Organisasi	9
1. Pengertian Iklim Organisasi	9

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Iklim Organisasi	10
C. Hubungan antara Komitmen Profesi terhadap Iklim Organisasi ..	12
D. Kerangka Berpikir	14
E. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Rancangan Penelitian	21
B. Identifikasi Variabel Penelitian	21
C. Definisi Operasional Variabel	22
D. Populasi dan Sampel Penelitian	23
E. Metode dan Alat Pengumpulan Data	24
F. Validitas dan Reliabilitas Instrumen	29
G. Metode Analisis Data	23
BAB IV HASIL PENELITIAN	34
A. Persiapan Penelitian	34
B. Pelaksanaan Penelitian	35
C. Analisis Data	40
D. Pembahasan	42
BAB V PENUTUP	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran-saran	47
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	49

ABSTRAK

Nama: TUGINO. NIM: 1261100576. Judul skripsi ”*Hubungan antara Iklim Organisasi dengan Komitmen Profesi Marketing*”. Komitmen profesi merupakan salah satu faktor terpenting yang harus dimiliki oleh setiap individu yang telah bekerja untuk selalu setia terlibat secara intensif pada bidang pekerjaannya, sehingga nantinya sanggup menghasilkan karya yang bagus dan inovatif. Keterlibatan terhadap profesi mutlak diperlukan agar individu dapat menyelami pekerjaannya dengan baik yang akan menunjang kesuksesan dalam pekerjaannya. Berangkat dari hal tersebut akhirnya penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklim organisasi, terhadap komitmen profesi marketing. Sebanyak tujuh puluh orang yang berprofesi marketing yang bekerja pada perusahaan Astra Klaten, Jogja dan Surakarta dilibatkan dalam penelitian ini. Pada subjek diberikan dua macam skala yaitu skala iklim organisasi, dan skala komitmen profesi. Berdasarkan hasil analisis regresi didapatkan hasil dengan kesimpulan bahwa komitmen profesi pada profesi marketing dipengaruhi oleh iklim organisasi ($F = 27,252$; $p = 0,000$), dengan total sumbangan efektif sebesar 55,3%.

Kata Kunci : Komitmen profesi, marketing dan iklim organisasi

BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Dalam setiap organisasi dan perusahaan tentunya, konsep SDM sangat memegang peran penting dan vital. SDM merupakan inti dari semua aspek dalam perusahaan atau organisasi, singkatnya jika dalam sebuah institusi, perusahaan atau organisasi mengalami kemajuan pesat dan berkembang maka dapat disimpulkan institusi atau organisasi itu memiliki SDM yang tangguh dan hebat. Begitu pula sebaliknya jika suatu institusi atau organisasi itu malah mengalami kemunduran dan akhirnya malah jatuh maka dapat dipastikan mereka memiliki SDM yang buruk mengenai kinerja dan komitmen kedepan terhadap profesi yang mereka geluti dalam perusahaan/institusi maupun organisasi tersebut.

Komitmen terhadap profesi kerja mutlak dibutuhkan sebuah manajemen organisasi yang melakukan pendekatan bahwa SDM adalah sebagai tiang utama dari sebuah organisasi (Stredwick, 2005). Komitmen profesi melibatkan tidak hanya motivasi eksternal namun juga motivasi internal dari karyawan. Komitmen profesi merupakan perasaan terikat individu dengan pekerjaannya dibandingkan dengan organisasi yang mempekerjakannya. Istilah lain komitmen profesi yaitu *occupational commitment* atau *career commitment*. Telaah lebih jauh komitmen profesi ini apa lagi profesi marketing sangat dipengaruhi oleh lingkungan tempat individu itu bekerja dan berkarya. Lingkungan yang dimaksud tentunya adalah lingkungan fisik dan lingkungan psikologis. Kesatuan dari kedua lingkungan tersebut merupakan dasar pembentuk dari bagian iklim dari organisasi, tak jauh terkaan dari itu Gifford (2009)

menambahkan bahwa lingkungan kerja baik fisik dan non fisik ikut menyumbang terhadap naik turunnya komitmen pada profesi.

Dalam bahasan diatas disinggung bahwa komitmen dalam profesi itu berkaitan erat dengan teori motivasi determinasi diri oleh Richard Ryan dan Edward Deci (Ryan, Deci, Patrick & William, 2008). *Self Determination Theory* atau SDT menyatakan bahwa individu dalam melakukan segala sesuatunya dipengaruhi oleh motivasi internal dan motivasi eksternal. Lanjut dalam *frame work* SDT bahwa individu yang sehat dalam berkarya dan bekerja adalah individu dengan proporsi motivasi internal lebih besar dari pada proporsi motivasi eksternal. Dalam penelitian ini motivasi internal mungkin dapat dimanifestasikan sebagai komitmen dalam profesinya, yaitu seorang individu yang memegang teguh komitmen terhadap profesinya terlepas dari beban kerja yang berat dan sulit. Seorang individu yang termotivasi secara internal maka otomatis akan berani memikul tanggung jawab secara sehat pula. Sejalan dengan itu gambaran psikologis yang sehat untuk individu yang bekerja dan berkarya adalah termasuk salah satu didalamnya kekuatan untuk memikul tanggung jawab (Feist & Feist, 2010).

Profesi marketing melibatkan interaksi timbal balik antara pemimpin perusahaan dengan pekerja dengan perantara iklim organisasi yang kondusif dan nyaman, karena pekerjaan marketing adalah jenis pekerjaan yang dinamis dan memiliki tingkat *turn over* tinggi. Padahal jika dilihat lebih detail kemajuan dan berkembangnya perusahaan *profit oriented* lebih terletak pada *front liner* yang bertugas dalam marketing produk atau mencari nasabah. Apabila SDM yang bertugas dibagian depan ini tidak memiliki komitmen yang tangguh terhadap profesinya maka proses marketing menjadi terhambat dan berjalan pelan, secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan itu sendiri. Untuk itu menciptakan

suatu iklim organisasi yang kondusif sangat penting untuk menaikkan komitmen pada profesi dan menekan tingkat *turn over*.

Perusahaan Astra yang bergerak dalam otomotif, dan suku cadang sebagai contohnya dengan mengedepankan perusahaan yang membawa nilai – nilai kemanusiaan, yaitu dengan jalan mengadopsi nilai – nilai budaya jawa, seperti “nguwongke uwong” yang berarti walaupun karyawan digaji dan diberi tambahan honor lebih namun juga dengan sengaja dihormati dan diberi tempat layaknya manusia seutuhnya, dihadapi utuh dengan harga dirinya dan diperlakukan secara manusiawi. Hal itu kiranya sangat tepat untuk mendukung tumbuh kembangnya suatu iklim organisasi yang kondusif dan nyaman, sehingga dengan begitu komitmen profesipun dapat mengalami peningkatan.

Pendapat serupa dengan realita lapangan diatas juga dikemukakan oleh Brown dan Leigh (1996) mengatakan bahwa penciptaan iklim organisasi yang kondusif bagi anggota organisasi harus terus dilakukan agar tercipta suasana lingkungan psikologis yang menunjang pencapaian tujuan organisasi. Iklim organisasi yang sesuai dengan keinginan anggota akan menghasilkan suatu hubungan yang harmonis antar anggota atau antar anggota dengan lingkungannya. Lingkungan psikologis yang baik ini dapat tercipta apabila individu mempunyai persepsi positif terhadap iklim organisasi

Beberapa perusahaan yang tidak memiliki iklim organisasi yang baik tercatat memiliki tingkat *turn over* yang tinggi, dan para karyawan termotivasi hanya untuk bekerja secara eksternal. Sehingga rasa “handarbeni” terhadap profesinya hanya dapat diukur dengan materi semata. Hal itu dalam jangka kedepan akan sangat jelas merugikan perusahaan tempat bekerja dan berhentinya karir maupun pencapaian dari karyawan tersebut. Ditengarai mundurnya beberapa perusahaan *profit oriented*

memiliki banyak sebab termasuk komitmen profesi yang kurang dan kemungkinan berhubungan dengan iklim organisasi yang gagal dalam mempromotori munculnya komitmen pada profesi (Martocchio, 2007).

Melihat realita dilapangan bahwa ternyata suatu iklim organisasi dengan komitmen profesi itu kemungkinan memiliki hubungan maka peneliti berinisiatif untuk melakukan penelitian dengan tema dan judul “hubungan antara iklim organisasi terhadap komitmen profesi pada profesi marketing di perusahaan Astra”.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang diatas, pokok dan focus permasalahan yang akan diteliti dirumuskan sebagai berikut : “apakah ada hubungan antara iklim dalam organisasi dengan komitmen dalam profesi pada profesi marketing di perusahaan Astra?”.

C. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui hubungan antara iklim organisasi dengan komitmen dalam profesi marketing
2. Untuk mengetahui sumbangan efektif variable iklim organisasi terhadap komitmen profesi marketing

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pemahaman teoritis tentang pengaruh iklim organisasi terhadap komitmen profesi dalam bidang Psikologi Industri, khususnya dalam bidang perilaku organisasi dan sumber daya manusia.

2. Manfaat praktis

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan menjadi bahan pertimbangan, khususnya bagi pihak organisasi perusahaan ASTRA maupun anak cabangnya, dalam rangka perbaikan, pembenahan dan peningkatan organisasi perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh iklim organisasi terhadap komitmen profesi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan terhadap 70 karyawan marketing Isuzu di Yogya, Solo dan Klaten untuk mengetahui hubungan antara iklim organisasi dengan komitmen profesikaryawan marketing. Hasil analisis menggunakan analisis regresi menunjukkan bahwa ada hubungan dari tingkat iklim organisasi dengan kreativitas. Hal ini terlihat dari hasil analisis regresi bahwa signifikansi sebesar 0,029, *p value* lebih besar dari 0,01, dengan kata lain apabila *p value* lebih besar dari 0,01 maka hipotesis nol (H_0) diterima artinya ada hubungan iklim organisasi dengan komitmen profesi karyawan marketing. Berdasarkan hasil analisis data pembahasan dari penelitian dapat disimpulkan bahwa :

1. Ada hubungan positif yang signifikan antara iklim organisasi dengan komitmen profesi. Artinya, semakin tinggi iklim organisasi semakin tinggi pula komitmen profesi, sebaliknya semakin rendah iklim organisasi maka semakin rendah juga tingkat kreativitas.
2. Sumbangan iklim organisasi terhadap komitmen profesi sebesar 29,9%. Hal ini berarti masih terdapat 70,1% faktor-faktor lain yang mempengaruhi komitmen profesi diluar variabel iklim organisasi seperti usia, kondisi fisik, psikis, tingkat pendidikan, jenis kelamin, motivasi kerja, kinerja karyawan marketing.

3. Iklim organisasi pada subyek penelitian tergolong tinggi dan komitmen profesi pada subyek penelitian tergolong tinggi

B. Saran-saran

1. Bagi Responden

Karyawan marketing disarankan dapat meningkatkan kemampuan dalam bekerja, tanggung jawab, memiliki integritas dan motivasi internal. Sehingga visi dan misi komitmen profesi dapat dijalankan dengan tepat dan beriringan.

2. Bagi pimpinan perusahaan

Pimpinan perusahaan diharapkan mampu menciptakan kondisi bekerja yang harmonis, serta dapat bijaksana dalam memberikan tugas terhadap karyawan marketing sesuai dengan kemampuannya agar karyawan marketing merasa senang dalam melaksanakan tugas dan kewajiban dalam bekerja.

DaftarPustaka

- Stredwick, J.2005. Introduction to A Human Research Management. Elsevier Butterworth-Heinemann Linacre House, Jordan Hill, Oxford
- Martocchio, J.2007. Research in PersonelAnd Human Research Management. JAI Press is an imprint of Elsevier Linacre House, Jordan Hill, Oxford
- Feist, J. &Feist, G, J.2008.Theories of Personality – 7th Edition.McGraw-Hill.The McGraw–Hill Companies, Inc. All rights Reserved.
- Ryan, R, M. Deci, E, L. Patrick, H. & Williams, G, C.2008. Facilitatng Health Behavior Change and Its Maintenance : Intervention Based on Self Determination Theory.
- Toulson, P. &Mike, S. (1994).The Relationship BetweenOrganizational Climate and Employee Perceptions of Personnel Management Practices. Journal of Public Personnel Management. Vol. 23, Issue 3. (Fall).453 - 469
- Higgins, J. M. (1994). The management challenge (2nd ed.). New York: Macmillan.
- Muthueloo, R., & Rose, R. C. (2005), Typology of organizacional commitment, American Journal of Applied Science, 2 (6), 1078-1081.
- Herscovitch, L. & Meyer, J. P. (2002). Commitment to organization change: extension of a three-component model. Journal of Applied Psychology, 73 (2), 474-487.
- Restuningdiah, N. (2009). Pengaruhkomitmenprofesionalterhadapkepuasankerjaakuntanpendidikmelaluikomitmenorganisasional.JurnalEkonomiBisnis (3), 251-258.
- Roma, G. V., Piero, M. J., &Tordera, N. (2002).An examination of the antecedents and moderator influences of climate strength. Journal of Applied Psychology, 87 (2), 465-473.
- Carson, D. K. & Carson, P. P. (1998). Career commitment, competencies and citizenship. Journal of Career Assesment, 6 (2), 195-208.
- Handoko, T. H. (2000). ManajemPersonalidanSumberDayaManusia.BPFE:Yogyakarta