

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah ada pengaruh persepsi karyawan tentang CSR terhadap komitmen normatif karyawan dengan indentifikasi organisasi sebagai mediator. Penelitian ini adalah sebuah studi kasus di PT. Holcim Indonesia Tbk, pabrik Cilacap. Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif yang bertujuan untuk menganalisis sebab akibat (hubungan kausalitas), bagaimana suatu variabel mempengaruhi atau bertanggung jawab atas perubahan yang terjadi pada variabel lain. Untuk mendukung pembuktian kuantitatif, peneliti juga menggunakan pendekatan focused group disucssion (FGD). Data yang didapatkan melalui proses ini dijadikan sebagai salah satu data primer.

Hasil dari analisis data ditemukan nilai β sebesar 0,450 dan berdasarkan hasil uji F diketahui nilai signifikansi $0,003 < 0,05$ berarti bahwa terdapat pengaruh langsung antara persepsi karyawan terhadap CSR terhadap komitmen normatif. Sementara itu, untuk hipotesa kedua, nilai β sebesar 0,503 dan hasil uji F diketahui nilai signifikansi $0,002 < 0,05$ berarti bahwa terdapat hubungan antara identifikasi organisasi terhadap komitmen normatif. Terakhir untuk uji signifikansi pengaruh tidak langsung antara pengaruh persepsi karyawan terhadap CSR terhadap komitmen normatif melaui identifikasi organisasi sebagai mediasi menggunakan diperoleh nilai signifikansi 0,077 sehingga dapat disimpulkan bahwa identifikasi organisasi tidak memediasi diantara keduanya.

Data yang didapatkan pada FGD mendukung pembuktian kuantitatif dan mampu menjelaskan mengapa identifikasi organisasi tidak berperan sebagai mediator. Ditemukan penyebabnya adalah benturan dengan budaya lokal setempat.

Kata kunci: Corporate Social Responsibility (CSR), komitmen normatif, identifikasi organisasi

ABSTRACT

This research is aimed to test whether there is influence employee perceptions of CSR to the normative commitment of employees with identifying the organization as a mediator. It is a case study in PT. Holcim Indonesia Tbk, Cilacap plant. It is an exploratory study aimed to analyze the cause and effect (causality), how a variable affects or is responsible for the changes in other variables. To support the quantitative evidence, the researchers also used the approach focused group discussion (FGD). Data obtained through this process serve as a primary data.

The results of the data analysis found β value of 0.450 and result of F-test results is figured out that the significance value 0.003, which means < 0.05 . and it is found that there is a direct correlation of employee perceptions of CSR to normative commitment. Meanwhile, for the second hypothesis, β value is 0.503 and the result of F-test is known that the significance value 0.002. It is < 0.05 that means that there is a correlation between organizational identification to normative commitment. Lastly, from mediation test it is found that the significance of influence employee perceptions toward CSR to normative commitment through the organizational identification as a mediation, significance value is 0.077. Thus it can be concluded that organizational identification does not mediate between the two.

Data obtained in FGD supports quantitative proof and able to explain why the organizational identification does not act as a mediator. It is figured out that the cause was a clash with local culture.

Keywords: *Corporate Social Responsibility (CSR), normative commitment, organizational identification*