

## BAB V

### PENUTUP

Bab ini berisikan tentang kesimpulan yang didapatkan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, selain itu juga terdapat implikasi manajerial, keterbatasan penelitian, dan juga saran bagi pengambil keputusan dalam organisasi serta peneliti lain.

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pada perumusan masalah, tujuan penelitian, hasil penelitian dan juga pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh *CSR Awareness*, *CSR Fit* dan *CSR Motivation* Pada Sikap karyawan terhadap CSR.**

*CSR Awareness* berpengaruh pada sikap karyawan terhadap CSR (H1 diterima). Hal ini berarti *CSR Awareness* memiliki pengaruh positif pada Sikap karyawan terhadap CSR di PTPN V. Hal ini menunjukkan bahwa *CSR Fit* dan Sikap karyawan terhadap CSR memiliki pengaruh. *CSR Fit* berpengaruh pada sikap karyawan terhadap CSR (H2 diterima). Hal ini berarti *CSR Fit* memiliki pengaruh positif pada sikap karyawan terhadap CSR di PTPN V. Hal ini menunjukkan bahwa *CSR Motivation* di PTPN V dan Sikap karyawan terhadap CSR memiliki pengaruh. *CSR Motivation* berpengaruh pada sikap karyawan terhadap CSR di PTPN V (H3 diterima). Penelitian ini sejalan dengan Priscila (2012) dan Wee, chan che (2014) bahwa Persepsi karyawan terhadap CSR berpengaruh pada sikap karyawan terhadap CSR.

## **2. Pengaruh Sikap Karyawan Sebagai Variabel Mediasi terhadap CSR Pada OCB**

Sikap karyawan terhadap CSR berpengaruh pada OCB di PTPN V (H4 diterima). Hal ini menunjukkan bahwa sikap karyawan terhadap CSR yang positif berpengaruh terhadap OCB di PTPN V. Hasil uji efek mediasi variabel Sikap karyawan terhadap CSR sebagai mediator dalam pengaruh antara CSR awareness, CSR fit, dan CSR Motivation terhadap OCB di PTPN V, menunjukkan bahwa Sikap karyawan terhadap CSR sebagai mediator dalam pengaruh antara CSR awareness, CSR fit, dan CSR Motivation terhadap OCB di PTPN V dimana perolehan nilai  $\beta$  sebesar sebesar 0,761 dan 0,826 dengan total effect atau hasil perkalian jalur ( $a \times b$ ) 0,628. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini Sikap karyawan terhadap CSR bersifat sebagai mediator dengan hasil perkalian jalur Mediasi penuh. Penelitian ini sejalan dengan Priscila (2012) dan Wee, Chan Che (2014) bahwa Persepsi karyawan terhadap CSR berpengaruh pada sikap karyawan terhadap CSR.

### **B. Implikasi Manajerial**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dijelaskan, maka saran dari peneliti kepada pihak manajemen PTPN V adalah sebagai berikut:

1. Studi ini berguna untuk organisasi atau manajer dalam perusahaan PTPN V, yang sudah menerapkan CSR sebagai salah satu program yang dimiliki PTPN V. Penelitian ini menyoroti berbagai aspek dampak CSR terhadap sikap dan perilaku karyawan dan menunjukkan bahwa sikap dan perilaku karyawan dapat

dipengaruhi oleh pengetahuan karyawan tentang CSR yaitu kesadaran CSR, Fit CSR, dan motivasi CSR. Sebagian besar karyawan biasanya memiliki persepsi positif tentang inisiatif CSR oleh organisasi tentang bagaimana hal itu dapat menguntungkan dan mempertahankan organisasi. Ketika karyawan mulai menyadari bahwa CSR adalah penting bagi organisasi, mereka akan bersedia untuk berkomitmen dan menunjukkan upaya dukungan mereka pada kegiatan CSR oleh organisasi. Untuk menarik karyawan agar terlibat dalam CSR organisasi, organisasi disarankan untuk sering mendidik staf mereka seperti membuat kegiatan CSR sebagai budaya organisasi. Karyawan sekarang cenderung untuk mencapai kebutuhan mereka menjadi bagian dari organisasi ketika mereka berusaha keras untuk menyesuaikan diri dan berkontribusi untuk organisasi.

2. Pengaruh persepsi mereka antara kebijakan CSR dan nilai-nilai organisasi yang konsisten dengan strategi yang digunakan oleh organisasi untuk memotivasi para karyawan. Ketika organisasi menekankan pada bagaimana itu akan menerapkan inisiatif CSR, karyawan akan mulai bergantung pada pengaruh organisasi. Oleh karena itu, penting untuk dicatat bahwa pengalaman masa lalu bahwa karyawan menganggap motivasi CSR sebagai positif atau negatif itu akan tergantung pada bagaimana organisasi mengambil inisiatif. Karena karyawan cenderung berkeinginan sosial, sangat penting untuk menciptakan motivasi CSR positif yang menyebar di dalam organisasi. Sikap karyawan terhadap CSR juga memiliki peran penting sebagai mediator dalam mempengaruhi perilaku karyawan (OCB). Karyawan bermaksud mengklarifikasi CSR perusahaan dengan memahami misi

organisasi dan nilai terkait CSR yang dibuat oleh organisasi itu sendiri. Menurut Wee, chan che (2014) sikap terhadap CSR adalah tanggapan karyawan pada pekerjaan mereka sendiri dan lingkungan kerja dan disebabkan ketika kebutuhan mereka dipenuhi di tempat kerja. Seperti dibahas sebelumnya, didukung bahwa sikap karyawan memiliki efek positif pada OCB. Selain itu, sikap karyawan terhadap CSR yang bertindak sebagai mediator yang baik untuk menghubungkan persepsi CSR dan perilaku organisasi. Oleh karena itu, penelitian ini akan dapat memberikan wawasan kepada organisasi tentang penerapan inisiatif CSR ke arah yang benar dengan didukung oleh karyawan. Dengan demikian, temuan dari penelitian ini cenderung praktis bagi organisasi untuk lebih memahami tentang apa yang harus diperhatikan untuk menerapkan CSR dalam organisasi itu sendiri.

### **C. Keterbatasan Masalah**

Peneliti menyadari bahwa hasil penelitian yang diperoleh belum dapat dikatakan sebagai penelitian yang sempurna. Oleh karena itu keterbatasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, Lokasi atau tempat penelitian hanya dilakukan di satu perusahaan saja, sehingga tidak ada perusahaan lain yang jadi pembanding untuk hasil yang lebih baik dalam penelitian dikarenakan keterbatasan waktu dan biaya peneliti, penambahan tempat penelitian disarankan menambah satu atau lebih perusahaan yang diteliti untuk hasil yang lebih baik.
2. Dalam Penelitian ini variabel independen yang dipakai untuk melihat pengaruh persepsi karyawan terhadap CSR hanya tiga yaitu *CSR Awareness*, *CSR Fit*, dan

*CSR Motivation*. Penambahan variabel lain disarankan untuk melihat pengaruhnya pada OCB dan sikap karyawan terhadap CSR sebagai contoh *CSR Support*, *CSR Consistency*, dan lain sebagainya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Lee Jieun and Yoo Dongho (2018).

#### **D. Saran Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka akan diajukan beberapa saran bagi penelitian berikutnya agar dapat semakin meningkatkan hasil penelitian dan mengurangi ketidaksempurnaan penelitian ini saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Penambahan tempat dan objek penelitian disarankan agar lebih mendapatkan hasil yang lebih baik dan sudut pandang yang lebih luas mengenai tanggung jawab sosial perusahaan.
2. Penambahan variabel lain disarankan untuk melihat pengaruhnya pada OCB dan sikap karyawan terhadap CSR sebagai contoh *CSR Support*, *CSR Consistency*, dan lain sebagainya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Lee Jieun and Yoo Dongho (2018).

## DAFTAR PUSTAKA

- Branco, M. C. & Rodrigues, L. L. 2006. "Corporate Social Responsibility and Resource-Based Perspectives", *Journal of Business Ethics*, vol. 69, 111-132.
- Barone, M. J., Miyazaki, A. D., & Taylor, K. A. (2000). *The influence of cause-related marketing on consumer choice: Does one good turn deserve another?* *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28(2), 248-262.
- Bhattacharya, C.B., Sankar Sen & Daniel Korschun (2008). *Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent*. *MITSloan Management Review*, 49 (2).
- Byars, L.L., and L. W., Rue, (2005). *Human Resources Management*, Mc GrawHill, New York, hal. 275.
- Cutlip, Scott M, dkk. 2006. *Effective Public Relations* (Ninth Ed.). New Jersey: Person Prencice.
- Chan Che Wee. 2014. *The Impact Of Corporate Social Responsibility On Employees Attitude And Behaviour: Financial Services Industry*. Thesis University of Tunku Abdul Rahman. (Open Acces). Diakses 23 Januari 2019.
- Changchutoe. N 2012, *Employees' Perceptions and Expectations toward Corporate Social Responsibility: A Case Study of Private Company Employees in Bangkok Metropolitan Area*. *World Academy of Science, Engineering and Technology*. Vol: 62012-11-26 .
- Collier, J. & Esteban, R. (2007). *Corporate Social Responsibility and Employee Commitment*. *Business Ethics: A European Review*, 16(1).
- Dan Zheng (2010). *The Impact of Employees' Perception of Corporate Social Responsibility on Job Attitudes and Behaviors: A Study in China*. *Dissertations and Theses Collection* (open acces) diakses pada 24 januari 2019.
- Dutton, J.E., Dukerich, J.M., Harquail, C.V. (1994, Juni). *Organizational images and member identification*. *Administrative Science Quarterly*, 39 (2). 239-263
- Glavas, Ante, and Ken Kelley. 2014. "The Effects of Perceived Corporate Social Responsibility on Employee Attitudes." *Business Ethics Quarterly* 24(2): 165–202. Diakses 23 Januari 2019.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares S*.
- Kartika, E. (2011). *Analisa pengaruh leader member exchange, perceived organizational support, dan komitmen organisasional terhadap organizational citizenship*

*behavior pada karyawan hotel berbintang lima di surabaya.* Surabaya: Universitas Airlangga.

Ken. (2014). *The Effects of Perceived Corporate Social Responsibility on Employee Attitudes.* Journal. University of Notre Dame.

Kotler dan Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good You're Your Company and Your Cause.* New Jersey; Jon Willey and sons.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Terjemahan oleh Bob Sabran. Edisi XII. Jakarta: Erlangga.

Lee Jieun dan Yoo Donghoo. 2018. *"The Effect of corporate sosial responsibility (CSR) fit and CSR consistency on company evaluation the role of CSR support.* Journal. University of Chung-Ang, Seoul, Korea. Diakses pada 29 Juni 2019.

MacKenzie S. B., Podsakoff P. M. and Fetter R. (1991). *Organizational citizenship behavior and objective productivity as determinants of managerial evaluations of salespersons' performance.* Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50, 123-150.

McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). *Corporate social responsibility : A theory of the firm perspective.* Academy of Management , 26 (1).

Mason, K. (2005). *How corporate sport sponsorship impacts consumer behavior.* Journal of American Academy of Business, 7(1), 32-35.

Palupi, D.H. (2006). *Merek-merek pun dituntut punya hati.* SWA, 26 (21), 70-73

Peterson, D.K. (2004, September) *The Relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment.* Business & Society, 43 (3), 296-319.

Petty, Richard E., Duane T. Wegener, and Leandre R. Fabrigar. 1997. *"Attitude and Attitude Change."* Annual Review of Psychology 48: 609-47.

Pickens, J. (2009). *Attitudes and perceptions.* In N. Borkowski (Ed.), Organizational behavior in health care. (p. 43-76). Sudbury, MA: Jones and Bartlett Publishers.

Priscila Alfaro-Barrantes (2012). *Examining The Relationship Between Employees' Perceptions Of And Attitudes Toward Corporate Social Responsibility And Organizational Identification.*

Republik Indonesia, UU. No. 40 tahun (2007) tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas.

Robbins, Stephen P. dan Timothy A Judge. 2008. *Perilaku Organisasi,* Edisi Kedua belas. Jakarta: Salemba Empat.

Rodwell, John J., Rene Kienzle and Mark A. Shadur. 1998. *The Relationships Among Work-Related Perceptions, Employee Attitudes, and Employee Performance: The*

*Integral Role of Communication*. Human Resources Management (1986-1998); 37; 3-4, pg. 277.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.  
*Structural Equation Modeling (PLS-SEM): Edition 2*. California: SAGE.

Susmayanti, Riana (2014). *Konsep Tanggung Jawab Sosial Dalam Peraturan Perundang-Undangan Di Indonesia*. Vol 7, No 3, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.Indonesia. jurnal diakses pada 10 Juli 2019.

Solihin, Ismail. 2008. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Stoll, M.L. (2008). *Backlash hits business ethics: Finding effective strategies for communicating the importance of corporate social responsibility*.Journal of Business Ethics, 78, 17–24

Vita dan Supriyono (2011). *Hubungan Antara Persepsi Dan Sikap Terhadap Pelaksanaan Corporate Social Responsibility*. Jurnal Dinamika Manajemen, JDM Vol. 2, No. 2, 2011, pp: 139-152. Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Indonesia. Diakses pada 9 Juli 2019.

Williams, L.J. and Anderson, S.E. (1991). *Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviour*. Journal of Management, 17(3), 601–657.

Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep & Aplikasi CSR*. Gresik: Facho Publishing.