

PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN, CITRA PERUSAHAAN, KOMITMEN PERUSAHAAN DAN DUKUNGAN ORGANISASI MENINGKATKAN KINERJA ORGANISASI PADA JASA EKSPEDISI ANGKUTAN LAUT

Devita Nur Ekasari, Farah Margaretha, Triwulandari

Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti, Indonesia

Email: devita122012011023@std.trisakti.ac.id, triwulandari_sd@trisakti.ac.id

Abstrak

Perusahaan Indonesia menggunakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. Namun, praktik CSR masing-masing perusahaan berbeda karena sangat dipengaruhi oleh hasil pemetaan sosial kondisi kehidupan masyarakat di wilayah bisnis perusahaan. Penelitian ini bertujuan tanggung jawab sosial perusahaan, citra perusahaan, Komitmen organisasi, dan dukungan organisasi terhadap kinerja organisasi organisasi pada perusahaan ekspedisi angkutan laut. Pada penelitian ini menggunakan variabel tanggung jawab sosial perusahaan, citra perusahaan, Komitmen organisasi, terhadap kinerja organisasi penelitian ini menambahkan variable dukungan organisasi sebagai kebaruan dari peelitian sebelumnya. Pengumpulan data menggunakan penyebaran kuisioner kepada karyawan perusahaan EMKL melalui folmulir dengan jumlah sample dalam penelitian sebanyak 113 responden. Dalam pengujian hipotesis menggunakan SMART PLS versi 3.2.9. Hasil penelitian ini bahwa Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Citra perusahaan., Mengetahui Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Komitmen organisasi, Mengetahui Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi, Mengetahui Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap Komitmen organisasi, Mengetahui Citra perusahaan tidak berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi, Mengetahui Komitmen organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi, Mengetahui Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Dukungan organisasi, dan Mengetahui Dukungan organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi.

Kata kunci: Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Perusahaan, Komitmen Organisasi, Dukungan organisasi, Kinerja organisasi, Pengiriman Barang ekspedisi Angkutan Laut.

Abstract

Indonesian companies use corporate social responsibility (CSR) activities as an integral part of their business strategy. However, each company's CSR practices are different because it is heavily influenced by the results of the recession of the

How to cite:	Ekasari, Devita Nur (2022) Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Perusahaan, Komitmen Perusahaan dan Dukungan Organisasi meningkatkan Kinerja Organisasi pada Jasa Ekspedisi Angkutan Laut, <i>Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia</i> (7)12, http://dx.doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i12.10517
E-ISSN:	2548-1398
Published by:	Ridwan Institute

social conditions of life of the people in the company's business area. This study aims at corporate social responsibility, corporate image, organizational commitment, and organizational support to the organizational performance of the organization in sea freight forwarding companies. In this study using the variables of corporate social responsibility, corporate image, organizational commitment, to organizational performance this research adds organizational support variables as a novelty from previous research. Collecting data using questionnaires to employees of the EMKL company through a form with a total sample of 113 respondents. In testing the hypothesis using SMART PLS version 3.2.9. The results of this study that corporate social responsibility has a positive effect on corporate image, knowing corporate social responsibility has a positive effect on organizational commitment, knowing corporate social responsibility has a positive effect on organizational performance, knowing corporate image has a positive effect on organizational commitment, knowing corporate image does not positive effect on organizational performance, knowing organizational commitment has a positive effect on organizational performance, knowing corporate social responsibility has a positive effect on organizational support, and knowing organizational support has a positive effect on organizational performance.

Keywords: *Corporate Social Responsibility, Corporate Image, Organizational Commitment, Organizational Support, Organizational Performance, Freight Forwarding Sea Freight.*

Pendahuluan

Perusahaan-perusahaan Indonesia melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan bagian integral dari strategi bisnis mereka. Namun, praktik CSR berbeda-beda di setiap perusahaan karena sangat dipengaruhi oleh hasil pemetaan sosial kondisi kehidupan masyarakat di wilayah bisnis perusahaan. Selain itu, kinerja CSR terutama ditentukan oleh perspektif dan komitmen manajemen dan karyawan. Pelaksanaan CSR pada dasarnya merupakan kewajiban perusahaan yang melakukan bisnis di Indonesia, sebagaimana diatur dalam peraturan terkait. Program-program yang dilaksanakan dalam program CSR diharapkan dapat memberikan manfaat atau dampak positif bagi para pemangku kepentingan dan harus dikelola dan dibakukan dengan baik (Amelia, 2018).

Beberapa dekade terakhir, konsep tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah menerima minat besar dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Akibatnya, beberapa perusahaan sekarang mengambil pendekatan aktif untuk memenuhi tanggung jawab sosial mereka. Perusahaan umumnya cenderung mengejar keuntungan namun, dengan mempertimbangkan faktor sosial ekonomi, tanggung jawab sosial suatu organisasi lebih dari sekadar menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, perusahaan diharapkan untuk terlibat dalam kegiatan CSR untuk melengkapi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan filantropi mereka. Dengan meningkatnya kesadaran akan kepentingan konsumen, kepentingan karyawan dan ancaman terhadap lingkungan, beberapa perusahaan telah mengadopsi prinsip CSR untuk mencapai pembangunan berkelanjutan (Wardani, 2018).

Menyelidiki tanggung jawab sosial terkait manajemen rantai pasokan dengan mengevaluasi sampel 178 perusahaan. Penelitian Anda menegaskan hubungan antara tanggung jawab social dan strategi perusahaan. Secara khusus, hasil menunjukkan bahwa manajemen rantai pasokan yang bertanggung jawab secara sosial dapat masuk akal di sektor perusahaan-ke-konsumen. Pengembangan masyarakat yang berkelanjutan dan pengembangan strategi perusahaan menjadi saling bergantung, terutama ketika perusahaan menerima sumber daya dan modal kelembagaan dari para pemangku kepentingan (Simanjuntak, Purnomo, Filipus, & Haryady, 2020).

Pertimbangan yang digunakan adalah CSR dalam SCM dan mengusulkan pendekatan tanggung jawab penuh yang menambahkan perhatian sosial pada tata kelola ekonomi rantai pasokan (Sulaiman, 2021). Selain pertimbangan etis, kritik konsumen terhadap praktik CSR dianggap sangat merusak atau menghambat profitabilitas perusahaan dan strategi penguatan pasar. Mengintegrasikan SCM perusahaan dengan CSR memperumit pengelolaan CSR perusahaan. Hubungan antara CSR dan SCM dapat dipahami sebagai hubungan yang diterapkan dengan tujuan untuk mengatasi isu-isu yang muncul dalam mekanisme CSR dan SCM perusahaan.

Fenomena berkembangnya topik Corporate Sosial Responsibility (CSR) sudah dikenal di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir. Banyak perusahaan yang mulai menyadari pentingnya CSR, dan terlibat dalam kegiatan CSR karena berbagai alasan, seperti menambah nilai perusahaan dan berkontribusi langsung terhadap lingkungan untuk mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Pemerintah juga mengatur tanggung jawab sosial perusahaan melalui peraturan yang berlaku (Jannah, Yusmardono, & Fathoni, 2022).

Semakin banyak bisnis yang memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan di seluruh rantai pasokan. Ini berasal dari keluhan langsung atau tidak langsung yang diterima dari pemangku kepentingan atau kesalahan yang terlihat di perusahaan lain. Dalam beberapa tahun terakhir, ada kecenderungan yang berkembang dari perusahaan yang melakukan audit dan atau mengirimkan survei CSR kepada pemasok mereka, menetapkan kebijakan pengadaan CSR, dan menunjukkan perlakuan istimewa kepada pemasok yang bekerja sama dalam upaya CSR. Menganggap citra perusahaan sebagai segenap keyakinan, emosi, dan perasaan yang dimiliki oleh konsumen terhadap perusahaan. Oleh sebab itu citra perusahaan adalah campuran dari persepsi konsumen dan perspektifnya terhadap perusahaan, segala sesuatu yang kemudian muncul di pemikiran orang ketika orang berpikir tentang perusahaan adalah bagian dari citra perusahaannya (Deviyanti, 2022).

Pengusaha yang terlibat dalam perdagangan internasional lebih tertarik pada bisnis mereka daripada memperhatikan perubahan peraturan perundang-undangan yang berlaku untuk prosedur impor dan ekspor. Mereka menyerahkan pengelolaan/penyelesaian barang di pelabuhan kepada perusahaan *Shipping Freight Forwarding* (FF). Temuan berikut diperoleh dari temuan sebelumnya berdasarkan Aker (1989), yang mengangkat subjek "keunggulan kompetitif yang berkelanjutan". Keunggulan kompetitif berkelanjutan memberikan tiga aspek praktik manajemen

strategis: strategi yang tepat (lebih tepat) yang berakar pada keberhasilan pengelolaan fondasi kompetitif, peluang kompetitif, dan area kompetitif yang unggul, yang merupakan hasil perumusan dan implementasi. Oleh karena itu, berakar pada pemilihan aset yang tepat, menggunakan kemampuan dan keterampilan yang tepat sebagai dasar persaingan. Keunggulan bersaing adalah apa yang dimiliki setiap perusahaan dan setiap produk di pasar yang dimasukinya (Prayoga, 2022).

Pada total volume barang yang dimuat pada pelayaran dalam negeri 25 pelabuhan tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 3.86 persen disbanding tahun lalu. Meskipun demikian terjadi penerunan volume muat yang diamati. Pelabuhan tanjong priok mengalami penurunan volume muat barang sebesar 18.67 persen pada tahun 2020 . Penurunan terjadi di tahun 2019 di Pelabuhan Tanjung Priok sebesar 14,79 persen. Sementara pada kenaikan volume pelni pada tahun 2020 naik sebesar 300%, setara 3.681 *teus (twenty foot equivalent unit)* dan pada tahun 2019 naik sebesar hamper 300% setara dengan 3.536 *teus (twenty foot equivalent unit)*. Sementara itu, Saat ini, para pengusaha sedang giat meningkatkan kinerja ekonomi, produktivitas dan daya saing dengan menggerakkan perekonomian dalam negeri. Tujuan perekonomian dalam negeri adalah untuk meningkatkan layanan angkutan laut yang tergabung dalam EMKL atau angkutan laut, dan terdapat perusahaan jasa angkutan yang berpengalaman luas di bidang jasa logistik. Alasan utama memilih EMKL adalah untuk mendapatkan respon yang baik, terutama bagi perusahaan yang sering mendistribusikan produknya ke tempat lain melalui jalur laut karena lebih efektif dari segi biaya dan kapasitas barang. Mengingat penggunaan angkutan laut dapat menekan biaya. Oleh karena itu, selain pengiriman gratis dalam jumlah dan dimensi yang tidak terbatas, ada juga biaya yang jauh lebih rendah (Rizki et al., 2022).

Badan usaha yang mendukung berjalannya proses bisnis ini adalah perusahaan logistik, perusahaan ini merupakan penyedia jasa transportasi bagi eksportir maupun importir (Baeti, 2021). Dalam hal ini perusahaan EMKL (Ekspedisi Muatan Kapal Laut) yang berperan sebagai penyedia jasa transportasi atau ekspediter. Pada dasarnya EMKL memperlancar pengangkutan baik di darat maupun di laut dan berperan sebagai perantara dalam pengurusan dokumen pengiriman dan penerimaan importir dan eksportir. Posisi perusahaan EMKL adalah sebagai pihak pengirim atau shipper yang diberikan kuasa dari pihak pengirim. Walaupun untuk kepentingan pengirim, EMKL melakukan tuntutan tanggung jawabnya atas nama perusahaan EMKL itu sendiri. Kendala yang harus dihadapi merupakan bagian tugas dan tanggung jawab EMKL itu sendiri, termasuk apabila barang impor memasuki jalur merah. Letak persaingan perusahaan penyedia jasa ekspedisi adalah pada pelayanan dan efektifitasnya (Baeti, 2021). Pengirim kebanyakan menggunakan jasa pengirim untuk kemudahan dalam pengurusan dokumen dan penyimpanan barang sementara. Kini, banyak perusahaan EMKL baru bermunculan, memberi banyak pilihan orang untuk menentukan layanan perusahaan mana yang lebih baik dan lebih memuaskan. Ini adalah persyaratan bagi para pelaku bisnis untuk dapat bertahanhidup dan terus memberikan layanan berkualitas kepada pelanggan.

Hal ini dilakukan agar pebisnis lebih fokus dalam memaksimalkan dan mengembangkan bisnisnya seperti menyetok barang dan memproduksi barang. Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) adalah suatu badan usaha yang bersifat umum dalam hal ini memberi kemudahan bagi eksportir maupun importir yang tidak ingin menanggung risiko sendiri yang terlalu besar seperti pembahasan diatas. EMKL mewakili kepentingan pemilik barang untuk mengurus semua kegiatan yang diperlukan bagi terlaksananya pengiriman barang maupun penerimaan barang melalui transportasi darat, laut dan udara yang dapat mencakup kegiatan penerimaan, penyimpanan, sortasi, pengepakan, penandaan, pengukuran, penimbangan, pengurusan penyelesaian dokumen kepabeanan, penerbitan dokumen angkutan yang berkenaan dengan pengiriman barang sampai diterimanya barang oleh yang berhak menerimanya. Peranan EMKL untuk menangani proses penyelesaian dokumen impor, diperlukan adanya dokumen-dokumen pokok untuk mengurus penyelesaian dokumen impor, barang dari pemasok, sampai di penerima barang. Penyelesaian dokumen tersebut diurus pada instansi-instansi yang terdiri atas instansi pemerintah maupun swasta yang terkait dengan jasa-jasanya. Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) bertanggung jawab sebagai perantara antara penjual dan pembeli dalam hal pengiriman, pengangkutan maupun penerimaan barang, dan bertanggung jawab penuh selama barang dalam posisi dikirim, diangkut dan masih berada di perjalanan dan masih menjadi pengawasan pihak Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) (Galang, 2021).

CSR memiliki dampak yang kuat pada citra perusahaan dengan menciptakan persepsi pelanggan yang positif, untuk meningkatkan *supply chain* pada perusahaan pelayaran. reputasi telah ditemukan memiliki dampak positif pada pangsa pasar perusahaan dan pengembalian pasarnya dalam hal aset dan ekuitas (Kompyurini, 2019). Perusahaan umumnya cenderung mengejar keuntungan namun, dengan mempertimbangkan faktor sosial ekonomi, tanggung jawab sosial suatu organisasi lebih dari sekadar menghasilkan keuntungan. Dengan demikian, perusahaan diharapkan untuk terlibat dalam kegiatan CSR untuk melengkapi tanggung jawab ekonomi, hukum, etika dan filantropi mereka. Dengan meningkatnya kesadaran akan kepentingan konsumen, kepentingan karyawan dan ancaman terhadap lingkungan, beberapa perusahaan telah mengadopsi prinsip CSR untuk mencapai *supply chain* berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan tanggung jawab sosial perusahaan, citra perusahaan, Komitmen organisasi, dan dukungan organisasi terhadap kinerja organisasi pada perusahaan ekspedisi angkutan laut. Berkenaan dengan rumusan masalah di atas, maka secara rinci tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Untuk menganalisis pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Citra perusahaan. 2. Untuk menganalisis pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Komitmen organisasi. 3. Untuk menganalisis pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi. 4. Untuk menganalisis pengaruh Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap Komitmen organisasi. 5. Untuk menganalisis pengaruh Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi. 6. Untuk menganalisis pengaruh Komitmen organisasi

berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi. 7. Untuk menganalisis pengaruh Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Dukungan organisasi. 8. Untuk menganalisis pengaruh Dukungan organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi.

Citra perusahaan perusahaan bisa mempengaruhi kemampuannya guna menaikkan harga bagi konsumen dan dapat menciptakan hambatan mobilitas dalam industry. Di antara industri terkait maritim, CSR terus diperkenalkan. Dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Agenda 2030 dan tujuan pembangunan berkelanjutan, mengacu pada pengembangan regulasi yang signifikan, yang telah menghasilkan penyebaran CSR yang drastis di bidang perkapalan. Berdasarkan, International Maritime Organization (IMO's) juga menekankan visi dan komitmennya untuk membentuk pola pikir CSR di bidang pelayaran. Selain itu, CSR telah diakui oleh IMO sebagai komponen vital untuk pencapaian industri pelayaran yang berkelanjutan (Purwadi, Sudiyono, Yufriawati, Jauhari, & Wasposito, 2019). Namun, dibandingkan dengan industri lain, penelitian tentang implementasi CSR di bidang pelayaran masih terfragmentasi (Islahuddin, Eppang, Salim, Darmayasa, & Masatip, 2022).

CSR dianggap oleh perusahaan pelayaran sebagai kunci untuk membedakan layanan mereka kepada pelanggan dan memastikan kepatuhan dan efisiensi lingkungan. bahwa, dengan pengecualian sektor peti kemas dan pelayaran, yang tampaknya berada pada kondisi yang lebih maju, tidak banyak penelitian yang dilakukan untuk menyelidiki persepsi perusahaan pelayaran atas pengemudi dan hambatan yang memengaruhi keputusan mereka untuk mengadopsi kebijakan dan pelaporan CSR. program. Kegiatan CSR perusahaan harus menangani hak asasi manusia, kepentingan karyawan, lingkungan, masyarakat, hubungan pemasok, audit dan kepentingan pemangku kepentingan untuk meningkatkan nilai inti (Yasin & Rohman, 2022).

Citra perusahaan perusahaan dapat mempengaruhi kemampuannya untuk menaikkan harga bagi konsumen dan dapat menciptakan hambatan mobilitas dalam industry. Di antara industri terkait maritim, CSR terus diperkenalkan. Dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), Agenda 2030 dan tujuan pembangunan berkelanjutan, mengacu pada pengembangan regulasi yang signifikan, yang telah menghasilkan penyebaran CSR yang drastis di bidang perkapalan. Berdasarkan, International Maritime Organization (IMO's) juga menekankan visi dan komitmennya untuk membentuk pola pikir CSR di bidang pelayaran. Selain itu, CSR telah diakui oleh IMO sebagai komponen vital untuk pencapaian industri pelayaran yang berkelanjutan. Namun, dibandingkan dengan industri lain, penelitian tentang implementasi CSR di bidang pelayaran masih terfragmentasi (Islahuddin et al., 2022).

Metode Penelitian

Penelitian ini mengumpulkan sampel staff operasional yang bekerja di perusahaan logistik besar yang beroperasi di Indonesia yang termasuk ke kriteria-kriteria sampel yang sudah ditetapkan oleh peneliti (Ilmi, 2021). Emkl yang beroperasi di Jakarta Utara khususnya pengguna peti kemas dari pelni logistik akan menjadi ruang

lingkup dalam penelitian ini. Penelitian akan menggunakan teknik random sampling. Proses pendistribusian kuesioner akan dilakukan melalui *online* dengan bantuan media sosial mengingat situasi Covid-19 yang sedang terjadi. Pembagian sampel akan dilakukan dengan proporsi yang sama agar didapatkan data yang sama.

Populasi adalah domain umum yang terdiri dari objek atau subjek yang menunjukkan kualitas dan karakteristik tertentu (Gunawan & Yuliadi, 2022). Subyek survei ini adalah karyawan perusahaan emkl yang beroperasi di Jakarta Utara, khususnya pengguna peti kemas Pelni logistik.. Pada situasi Covid-19 ini, pemerintah lebih memerhatikan kegiatan pengiriman barang ke seluruh Indonesia. Hal ini dikarenakan peningkatan permintaan pengiriman cargo secara keseluruhan telah menunjukkan bertumbuhnya aktivitas ekonomi domestik dengan diiringi perkembangan positif penanganan Covid19 (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2021).

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Jika populasinya besar dan peneliti tidak dapat mempelajari seluruh populasi karena alasan seperti uang, sumber daya manusia, atau waktu, peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut. menjadi. (Sugiyono, 2016 : 118).

Penelitian ini menggunakan sampel staff yang bekerja di beberapa perusahaan logistik yang beroperasi di Indonesia yang termasuk ke kriteria-kriteria sampel yang sudah ditetapkan oleh peneliti. emkl dan logistic yang beroperasi di Jakarta Utara khususnya pengguna peti kemas dari pelni logistic akan menjadi ruang lingkup dalam penelitian ini. Menurut (Wildan, 2016), ada sepuluh perusahaan logistik terbesar didunia yang berada di Indonesia. Penelitian akan menggunakan teknik random sampling.

Menurut (Hair et al., 2014), penentuan jumlah sampel yang representative adalah indikator variabel dikali 5 sampai 10. Sehingga jumlah sampel yang ada dipenelitian ini adalah $22 \text{ indikator} \times 5 = 110$. Jadi sampel penelitian ini harus mempunyai paling sedikit 110 responden.

Analisis data membagi keseluruhan menjadi komponen-komponen yang lebih kecil, menemukan komponen utama, membandingkan satu komponen dengan komponen lainnya, dan satu atau lebih komponen dengan keseluruhan. Penelitian ini menggunakan software smartPLS3.0 untuk pengelolaan datanya. *Structural equation modeling* (SEM) merupakan Metode yang digunakan untuk menutupi kelemahan metode regresi. Metode kuadrat terkecil parsial adalah metode analisis yang kuat yang tidak bergantung pada banyak asumsi. Pendekatan PLS adalah nonparametrik (dapat berupa nominal, kategori, orde, interval, dan rasio tanpa mengasumsikan data tertentu) (Gozali, 2008).

Tujuan menggunakan PLS adalah untuk membuat prediksi. Membuat prediksi ini adalah tentang memprediksi hubungan antara konstruk dan membantu peneliti menemukan nilai variabel laten yang ingin mereka prediksi. Variabel laten adalah agregat linier indicator.

Hasil dan Pembahasan

A. Deskripsi Data Penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Populasi penelitian ini adalah Kariawan yang bekerja di di perusahaan EMKL Sampel yang didapatkan dalam penelitian ini sebanyak 113 individu yang bekerja di Jakarta Utara dengan mengisi kuesioner melalui google form.

Karakteristik responden dalam penelitian ini didasarkan atas jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan jabatan. Karakteristik responden ini diidentifikasi berdasarkan angket yang terkumpul yakni sesuai dengan sampel dalam penelitian ini yakni 113 responden. Hasil analisis statistik deskriptif untuk karakteristik responden disajikan sebagai berikut:

Karakteristik pertama dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 1.
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	persentase
Laki-Laki	58	51%
Perempuan	55	49%
Jumlah	113	100%

Berdasarkan data diatas dari 113 respoden terdapat 55 sebesar 49% berjenis kelamin perempuan, dan sebesar 58 sebesar 51% berjenis kelamin laki-laki. Sehingga, responden laki-laki lebih banyak dari wanita.

Karakteristik pertama dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan umur.

Tabel 2.
Usia Responden

Usia	Jumlah	persentase
<22 tahun	46	41%
23-30 tahun	56	50%
31-38 tahun	6	5%
>39 tahun	5	4%
Jumlah	113	100%

Berdasarkan data diatas dari 113 responden,sebesar 46 sebesar 41% memiliki usia antara <22 tahun, sebesar 56 sebesar 50% memiliki usia antara 23-30 tahun, sebesar 6 sebesar 5% memiliki usia antara 31-38 tahun sedangkan rensponden berusia diatas 39 tahun sebesar 5 persentase 4%.

Karakteristik pertama dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan Pendidikan Terakhir.

Tabel 3.

Pendidikan terakhir responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Sma	28	25%
Diploma/ Sarjana	80	71%
Pasca Sarjana	5	4%
Doktor	0	0%
Jumlah	113	100%

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa dari 113 responden yang memiliki pendidikan terakhir SMA sebanyak 28 sebesar 25%, untuk responden yang memiliki gelar diploma/sarjana sebanyak 80 sebesar 71%, untuk responden yang memiliki gelar pasca sarjana seanyak 5 sebesar 4%, serta responden yang memiliki gelas doktor tidak ada atau nihil

Karakteristik pertama dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan Jabatan.

Table 4.
Jabatan Responden

Jabatan	Jumlah	persentase
Staff	57	50%
Operational	44	39%
Manager	10	9%
Supervisor	2	2%
Jumlah	113	100%

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa dari 113 responden yang di possisi staff sebanyak 57 sebesar 50%, untuk responden di possisi operational sebanyak 44 sebesar 39%, untuk responden di posisi Manajer sebanyak 10 sebesar 9%, dan untuk responden di possisi Supervisor sebanyak 2 sebesar 2%.

Karakteristik pertama dari responden yang dianalisis adalah perbandingan jumlah responden berdasarkan Lama Bekerja.

Tabel 5.
Lama Bekerja Responden

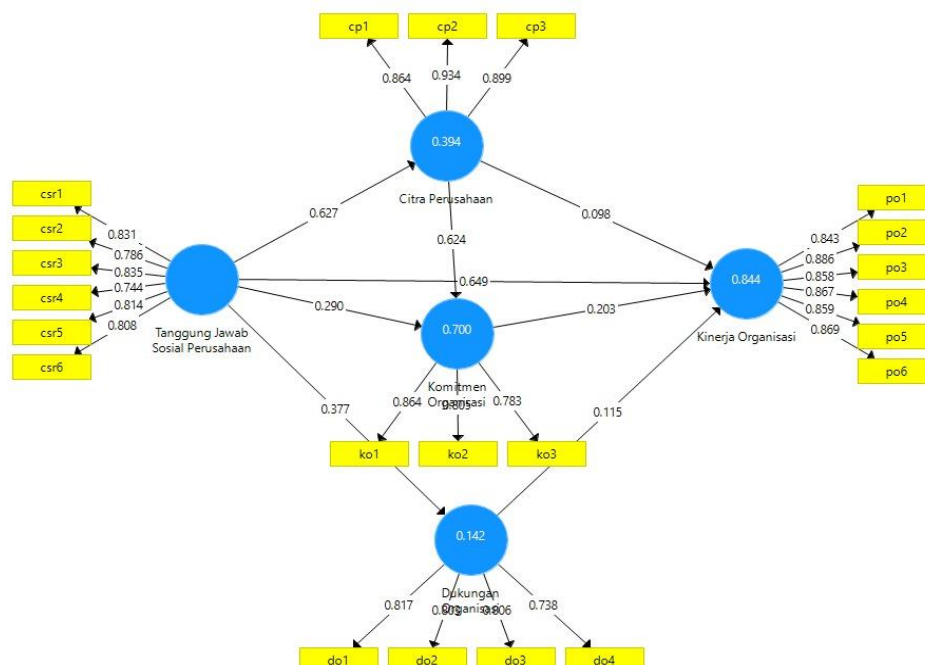
Lama Bekerja	Jumlah	persentase
1-2 Tahun	76	67%
3-4 Tahun	15	13%
5-6 Tahun	6	5%
> 7 Tahun	16	14%
Jumlah	113	100%

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Perusahaan, Komitmen Perusahaan dan Dukungan Organisasi meningkatkan Kinerja Organisasi pada Jasa Ekspedisi Angkutan Laut

Berdasarkan data diatas dapat diketahui bahwa dari 113 responden yang memiliki lama bekerja 1-2 tahun sebanyak 76 sebesar 67%, untuk responden yang memiliki lama bekerja 3-4 tahun sebanyak 15 sebesar 13%, untuk responden yang memiliki lama bekerja 5-6 tahun sebanyak 6 sebesar 5% dan responden yang memiliki lama bekerja >7 tahun sebanyak 16 sebesar 14%.

Analisis Partial Least Square dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan *Software SmartPLS* versi 3.2.9. menurut Ghazali (2015) secara umum evaluasi model dalam analisis Partial Least Square yaitu evaluasi pengukuran model (outer model) dan evaluasi model struktural (inner model). Model pengukuran (outer model) digunakan untuk menilai validitas dan realibilitas model. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen penelitian mengukur apa yang seharusnya diukur (Cooper dan Schindler dalam Jogiyanto dan Abdillah 2009). sedangkan model struktural (inner model) merupakan model struktural untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten. Melalui proses boot strapping, parameter uji T-statistik diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas. Model struktural (innermodel) dievaluasi dengan melihat persentase varian yang dijelaskan oleh nilai R² untuk variabel dependen dengan menggunakan ukuran Stone-Geisser Q-square test (Stone, 1974; Geisser, 1975 dalam Kalnadi 2013).

Evaluasi outer model penelitian dilakukan dengan memperhatikan empat kriteria pengukuran outer model, adapu keempat kriteria tersebut adalah *Convergent Validity*, *Discriminant Validity*, *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*.



Gambar 1. Pengukuran outer model penelitian

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Dalam penbelitian ini pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan

convergent validity dan AVE. Validitas menggunakan convergent validity yang mana model pengukurannya dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item score/ component score yang dihitung dengan PLS. ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Dahri, (2017) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai.

Tabel 6.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Citra Perusahaan	CP.1	0,864	VALID
	CP.2	0,934	VALID
	CP.3	0,899	VALID
Dukungan organisasi	DO.1	0,817	VALID
	DO.2	0,803	VALID
	DO.3	0,806	VALID
	DO.4	0,738	VALID
Kinerja Organisasi	PO.1	0,843	VALID
	PO.2	0,886	VALID
	PO.3	0,858	VALID
	PO.4	0,867	VALID
	PO.5	0,859	VALID
	PO.6	0,869	VALID
Komitmen Organisasi	KO.1	0,864	VALID
	KO.2	0,805	VALID
	KO.3	0,783	VALID
Tanggung jawab sosial perusahaan	CSR.1	0,831	VALID
	CSR.2	0,786	VALID
	CSR.3	0,835	VALID
	CSR.4	0,744	VALID
	CSR.5	0,814	VALID
	CSR.6	0,808	VALID

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan hasil pengukuran *outer loading* pada indikator reflektif diketahui bahwa seluruh indikator penelitian telah memenuhi kriteria untuk digunakan sebagai indikator pengukuran variabel disebabkan memiliki nilai *outer loading* lebih besar dari 0.7 (*outer loading* > 0.7). Data di atas menunjukkan tidak ada indikator variabel yang nilai *outer loading*-nya di bawah 0.7, sehingga semua indikator dinyatakan

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Perusahaan, Komitmen Perusahaan dan Dukungan Organisasi meningkatkan Kinerja Organisasi pada Jasa Ekspedisi Angkutan Laut

layak atau valid untuk digunakan penelitian dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Discriminat validity dari model pengukuran dengan abletor refleksif dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran konstruk lainnya, maka hal itu menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok mereka lebih baik daripada ukuran pada blok lainnya (Ghozali, 2014). Adapun hasil pengukuran *CrossLoading* dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 7.
Hasil Pengukuran *Cross Loading*

	Citra Perusahaan	Dukungan Organisasi	Kinerja Organisasi	Komitmen Organisasi	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
cp1	0,864	0,016	0,539	0,596	0,518
cp2	0,934	0,072	0,640	0,787	0,596
cp3	0,899	0,075	0,637	0,772	0,574
csr1	0,552	0,366	0,796	0,629	0,831
csr2	0,536	0,430	0,765	0,591	0,786
csr3	0,565	0,256	0,686	0,518	0,835
csr4	0,473	0,238	0,710	0,524	0,744
csr5	0,425	0,320	0,678	0,476	0,814
csr6	0,450	0,172	0,638	0,521	0,808
do1	0,115	0,817	0,343	0,186	0,341
do2	0,049	0,803	0,333	0,131	0,303
do3	0,004	0,806	0,339	0,142	0,333
do4	0,020	0,738	0,248	0,148	0,184
ko1	0,744	0,116	0,599	0,864	0,585
ko2	0,701	0,060	0,473	0,805	0,426
ko3	0,538	0,280	0,740	0,783	0,642
po1	0,574	0,375	0,843	0,622	0,726
po2	0,650	0,302	0,886	0,675	0,770
po3	0,588	0,377	0,858	0,644	0,701
po4	0,603	0,307	0,867	0,643	0,805
po5	0,535	0,321	0,859	0,631	0,810
po6	0,557	0,418	0,869	0,653	0,804

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan sajian data pada tabel 4.12 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai cross loading terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai cross loading

pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut, dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki discriminant validity yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

Cara lain mengukur discriminant validity adalah melihat nilai square root of average variance extracted (AVE). Nilai yang disarankan adalah di atas 0,5 (Ghozali, 2014). Berikut adalah nilai AVE dalam penelitian yang dihasilkan pada tabel 8.

Tabel 8.
Average Variance Extracted (AVE)

	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)	rho_A	KETERANGAN
Citra Perusahaan	0,809	0,893	VALID
Dukungan Organisasi	0,627	0,817	VALID
Kinerja Organisasi	0,746	0,933	VALID
Komitmen Organisasi	0,670	0,757	VALID
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	0,646	0,894	VALID

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 4.14 diketahui bahwa seluruh variable penelitian telah memenuhi nilai standar AVE di atas 0.5 ($AVE > 0.5$). Variable citra perusahaan memiliki nilai AVE sebesar 0.809, variable dukungan organisasi memiliki nilai AVE sebesar 0.627, variable kinerja organisasi memiliki nilai AVE sebesar 0.746, variable komitmen organisasi memiliki nilai AVE sebesar 0.670, variable tanggung jawab sosial responsibility memiliki nilai AVE sebesar 0.646. Berdasarkan pertimbangan nilai AVE yang dimiliki oleh masing-masing variable maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variable memenuhi nilai Discriminant Validity disebabkan memiliki nilai AVE lebih besar dari 0.5. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki discriminant validity yang baik.

Uji realibilitas dengan composite reliability di atas dapat diperkuat dengan menggunakan nilai cronbach alpha. Suatu variabel dapat dinyatakan reliabel atau memenuhi cronbach alpha apabila memiliki nilai cronbach alpha $> 0,7$ (Ghozali, 2014). Berikut ini adalah nilai cronbach alpha dari masing-masing variabel:

Tabel 9.
Cronbach's Alpha

	Cronbach's Alpha	Keterangan
Citra Perusahaan	0,882	Reliabel
Dukungan Organisasi	0,804	Reliabel
Kinerja Organisasi	0,932	Reliabel
Komitmen Organisasi	0,753	Reliabel

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	0,890	Reliabel
----------------------------------	-------	----------

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan sajian data di atas pada tabel 4.14, dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian $>0,7$. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha*, Citra Perusahaan sebesar 0.882 $>0,7$, Dukungan Organisasi sebesar 0.804 $>0,7$, Kinerja Organisasi sebesar 0.932 $>0,7$, Komitmen Organisasi sebesar 0.753 $>0,7$, dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan sebesar 0.890 $>0,7$. sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Pengujian selanjutnya adalah composite reliability dari blok indikator yang mengukur konstruk. Suatu konstruk dikatakan reliable jika nilai composite reliability di atas 0,60 (Ghozali, 2014). Berikut ini hasil outer model loading yang menunjukkan composite reliability masing-masing konstruk:

Tabel 10.
Composite Reliability

	Reliabilitas Komposit	Keterangan
Citra Perusahaan	0,927	Reliabel
Dukungan Organisasi	0,870	Reliabel
Kinerja Organisasi	0,946	Reliabel
Komitmen Organisasi	0,859	Reliabel
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	0,916	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan hasil composite reliability yang memuaskan yaitu citra perusahaan memiliki nilai Composite Reliability 0.872, Dukungan organisasi memiliki nilai Composite Reliability 0.894, kinerja organisasi memiliki nilai Composite Reliability 0.936, komitmen organisasi memiliki nilai Composite Reliability 0.906, dan tanggung jawab sosial perusahaan memiliki nilai Composite Reliability 0.909. Hal ini dapat dilihat dari nilai composite reliability seluruh konstruk lebih besar dari 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi composite reliability sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat realibilitas yang tinggi.

Menilai inner model adalah mengevaluasi hubungan antar konstruk laten seperti yang telah dihipotesiskan dalam penelitian ini. Setelah pengujian outer model yang telah memenuhi, berikutnya dilakukan pengujian inner model (model structural). Inner model dapat dievaluasi dengan melihat r-square (reliabilitas indikator) untuk konstruk dependen dan nilai t-statistik dari pengujian koefisien jalur (path coefficient). Semakin tinggi nilai r-square berarti semakin baik model prediksi

dari model penelitian yang diajukan. Nilai path coefficients menunjukkan tingkat signifikansi dalam pengujian hipotesis. Analisis Variasi (R²) atau Uji Determinasi yaitu untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen tersebut. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Oleh karena itu, dianjurkan untuk menggunakan adjusted R Square (R²) pada saat mengevaluasi model terbaik (Ghozali, 2015). Nilai dari koefisien determinasi dapat ditunjukkan pada Tabel 11:

Tabel 11.
R Square

	R Square
Citra Perusahaan	0,394
Dukungan Organisasi	0,142
Kinerja Organisasi	0,844
Komitmen Organisasi	0,700

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh skor R-Square untuk citra perusahaan sebesar 0,394 yang artinya sedang di pengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 39.4% dan 60.6% yang lain dipengaruhi oleh variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini. Dukungan organisasi sebesar 0,142 yang artinya sedang di pengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 14.2% dan 85.8% yang lain dipengaruhi oleh variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini. Kinerja organisasi sebesar 0.844 yang artinya sedang di pengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 84.4% dan 15.6% yang lain dipengaruhi oleh variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini. Komitmen organisasi sebesar 0,700 yang artinya sedang di pengaruhi tanggung jawab sosial perusahaan sebesar 70% dan 30% yang lain dipengaruhi oleh variabel yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.

Menguji hipotesis dapat dilihat melalui nilai t-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis menggunakan nilai statistik maka untuk alpha 5% dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah H₀ ditolak jika t-statistik > t hitung. Untuk menolak/menerima Hipotesis menggunakan probabilitas maka H_a diterima jika nilai p < 0,05.

Tabel 12.
Hasil Uji T

Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistiks (O/STDEV)	P Values

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Perusahaan, Komitmen Perusahaan dan Dukungan Organisasi meningkatkan Kinerja Organisasi pada Jasa Ekspedisi Angkutan Laut

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan - > Citra Perusahaan	0,627	0,610	0,101	6,224	0,000
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan - > Komitmen Organisasi	0,290	0,300	0,069	4,183	0,000
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan - > Kinerja Organisasi	0,649	0,644	0,060	10,771	0,000
Citra Perusahaan - > Komitmen Organisasi	0,624	0,622	0,065	9,586	0,000
Citra Perusahaan - > Kinerja Organisasi	0,098	0,099	0,075	1,315	0,189
Komitmen Organisasi -> Kinerja Organisasi	0,203	0,205	0,076	2,656	0,008
Tanggung Jawab Sosial Perusahaan - > Dukungan Organisasi	0,377	0,394	0,093	4,042	0,000
Dukungan Organisasi -> Kinerja Organisasi	0,115	0,115	0,049	2,328	0,020

Sumber: Data Primer Diolah (2020)

H1 : Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Citra perusahaan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap citra perusahaan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.101 serta memiliki nilai T statistik sebesar 6.224 dan nilai P-Value sebesar 0.000. Nilai T statistik lebih besar dari T tabel ($6.224 > 1.981$) serta nilai P value sebesar 0.000 atau lebih kecil dari standar alpha 5% ($0.000 < 0.05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan budaya kompetitif terhadap citra perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif oleh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap citra perusahaan. Dengan kata lain, tanggung jawab sosial perusahaan yang semakin baik mampu meningkatkan citra perusahaan atau Hipotesis pertama (H1) diterima.

H2 : Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Komitmen organisasi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap citra perusahaan memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.069 serta memiliki nilai T statistik sebesar 4.183 dan nilai P-Value sebesar 0.000. Nilai T statistik lebih besar dari T tabel ($4.183 > 1.981$) serta nilai P value sebesar 0.000 atau lebih kecil dari standar alpha 5% ($0.000 < 0.05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan budaya kompetitif terhadap komitmen organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif oleh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap komitmen organisasi Dengan kata lain, tanggung jawab sosial perusahaan yang semakin baik mampu meningkatkan komitmen perusahaan atau Hipotesis kedua (H2) diterima.

H3 : Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja organisasi memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.060 serta memiliki nilai T statistik sebesar 10.771 dan nilai P-Value sebesar 0.000. Nilai T statistik lebih besar dari T tabel ($10.771 < 1.981$) serta nilai P value sebesar 0.082 atau lebih besar dari standar alpha 5% ($0.000 < 0.05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan modal sosial terhadap kinerja organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif oleh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap kinerja organisasi. Dengan kata lain, tanggung jawab sosial perusahaan yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja organisasi atau Hipotesis ketiga (H3) diterima.

Hasil penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu, tanggung jawab perusahaan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja organisasi. Ini memiliki dampak positif pada kinerja organisasi seperti dijelaskan pada teori pemangku kepentingan. (Freeman, 2010) Menurut teori ini, perusahaan harus menjaga semua pemangku kepentingannya dengan senang hati memastikan hasil maksimal dari mereka. Teori tersebut juga menekankan bahwa manajemen harus memperhatikan semua kepentingan perusahaan. CSR berfungsi sebagai instrumen .

H4: Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap Komitmen organisasi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh citra perusahaan kompititif terhadap komitmen organisasi memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.065 serta memiliki nilai T statistik sebesar 9.586 dan nilai P-Value sebesar 0.000. Nilai T statistik lebih besar dari T tabel ($9.586 < 1.981$) serta nilai P value sebesar 0.000 atau lebih besar dari standar alpha 5% ($0.00 < 0.05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan Citra Perusahaan terhadap komitmen organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh citra perusahaan terhadap komitmen organisasi. Dengan kata lain, citra perusahaan yang mampu meningkatkan komitmen organisasi atau Hipotesis (H4) diterima.

H5: Citra perusahaan berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh citra perusahaan terhadap kinerja organisasi memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.75 serta memiliki nilai T

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Perusahaan, Komitmen Perusahaan dan Dukungan Organisasi meningkatkan Kinerja Organisasi pada Jasa Ekspedisi Angkutan Laut

statistik sebesar 1.315 dan nilai P-Value sebesar 0.000. Nilai T statistik lebih besar dari T tabel ($0.1315 < 1.981$) serta nilai P value sebesar 0.261 atau lebih besar dari standar alpha 5% ($0.261 > 0.05$) menunjukkan terdapat tidak pengaruh signifikan citra perusahaan terhadap kinerja organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan oleh citra perusahaan terhadap komitmen organisasi. Dengan kata lain, citra perusahaan yang belum mampu meningkatkan kinerja organisasi atau Hipotesis (H5) ditolak.

Studi ini tidak hanya memberikan kontribusi pada studi empiris tetapi juga menawarkan beberapa rekomendasi. Analisis menunjukkan bahwa citra perusahaan yang lebih baik mungkin tidak mempengaruhi sehingga sulit untuk mengantisipasi kinerja organisasi dari suatu perusahaan.

Pada penelitian terdahulu untuk hipotesis ke lima diterima dengan pernyataan Perusahaan dengan citra atau reputasi yang baik bisa meningkatkan kinerja karyawan terhadap organisasi. (Brammer et al., 2007) menemukan bahwa adopsi Inisiatif CSR secara signifikan mempengaruhi kinerja karyawan terhadap organisasi. Kim dkk. (2010) tetapi pada penelitian ini hipotesis ke lima di tolak karena citra perusahaan tidak mempunyai pengaruh langsung terhadap kinerja organisasi meskipun [pelanggan terkesan dengan adanya reputasi yang bagus pada perusahaan belum tentu para pelanggan berminat melakukan pengiriman barang, hal ini disebabkan oleh kondisi keuangan dan kondisi barang (Ida, 2016) ini berbanding lurus dengan ketentuan pada pengiriman cargo laut dimana ada ketentuan minimal berat pada pengiriman.

H6 : Komitmen organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh komitmen organisasi terhadap kinerja organisasi memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.076 serta memiliki nilai T statistik sebesar 2.656 dan nilai P-Value sebesar 0.008. Nilai T statistik lebih besar dari T tabel ($2.656 < 1.981$) serta nilai P value sebesar 0.008 atau lebih besar dari standar alpha 5% ($0.008 < 0.05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan komitmen organisasi terhadap kinerja organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh komitmen organisasi terhadap kinerja organisasi. Dengan kata lain, komitmen organisasi yang belum mampu meningkatkan kinerja organisasi atau Hipotesis (H6) di terima.

H7 : Tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Dukungan organisasi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap dukungan organisasi memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.09. serta memiliki nilai T statistik sebesar 4.042 dan nilai P-Value sebesar 0.000. Nilai T statistik lebih besar dari T tabel ($4.042 > 1.981$) serta nilai P value sebesar 0.000 atau lebih kecil dari standar alpha 5% ($0.000 < 0.05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap dukungan organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh tanggung jawab sosial perusahaan terhadap dukungan organisasi. Dengan kata lain, tanggung jawab

sosial perusahaan yang semakin baik mampu meningkatkan dukungan organisasi atau Hipotesis ketujuh (H7) diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa dukungan organisasi memiliki konsekuensi positif pada karyawan dan organisasi (Caesens et al., 2016). Dukungan organisasi mengukur bagaimana persepsi karyawan tentang seberapa besar perhatian majikan perusahaan terhadap mereka di tingkat mikro. Dukungan organisasi mewakili keyakinan umum yang dibuat oleh perhatian karyawan atas kontribusi mereka dari pihak pemberi kerja (Lamm et al., 2015) Penelitian sebelumnya telah menemukan relasi positif yang besar antara CSR dan dukungan organisasi (Glavas, 2016). Pada penelitian ini dukungan organisasi mewakili keyakinan umum yang dibuat oleh perhatian karyawan atas kontribusi mereka dan perusahaan, kontribusi peduli tentang kesejahteraan karyawan dukungan organisasi mengukur bagaimana persepsi karyawan tentang seberapa besar perhatian perusahaan terhadap karyawan.

H8: Dukungan organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi.

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan dukungan organisasi terhadap kinerja organisasi memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0.049 serta memiliki nilai T statistik sebesar 2.328 dan nilai P-Value sebesar 0.020. Nilai T statistik lebih besar dari T tabel ($2.328 > 1.981$) serta nilai P value sebesar 0.020 atau lebih kecil dari standar alpha 5% ($0.027 < 0.05$) menunjukkan terdapat pengaruh signifikan dukungan organisasi terhadap kinerja organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan oleh dukungan organisasi terhadap kinerja organisasi. Dengan kata lain, dukungan organisasi yang semakin baik mampu meningkatkan kinerja organisasi atau Hipotesis kedelapan (H8) diterima.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu, Dukungan organisasi dianggap sebagai elemen utama untuk berkontribusi pada output positif organisasi. Dukungan organisasi mendorong kinerja individu dengan berkolaborasi dan mengidentifikasi cara kerja baru yang menghasilkan kinerja tinggi. Dengan demikian, setelah organisasi memastikan mampu pola pikir pada persepsi dukungan organisasi maka memiliki kinerja yang lebih tinggi (Karatepe & Aga, 2016). Penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan organisasi sebagai elemen utama untuk kontribusi pada output positif organisasi, dukungan organisasi mendorong kinerja individu dengan berkolaborasi dan mengidentifikasi cara kerja baru yang dihasilkan kinerja tinggi setelah organisasi memastikan mampu pola pikir pada persepsi dukungan organisasi maka kinerja akan lebih tinggi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk menganalisis pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan, citra perusahaan, komitmen perusahaan, dan dukungan organisasi terhadap kinerja organisasi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap Citra perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan juga berpengaruh positif terhadap Komitmen organisasi dan kinerja organisasi. Citra perusahaan pun berpengaruh positif terhadap

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Perusahaan, Komitmen Perusahaan
dan Dukungan Organisasi meningkatkan Kinerja Organisasi pada Jasa Ekspedisi
Angkutan Laut

komitmen organisasi dan kinerja organisasi. Serta komitmen organisasi berpengaruh positif terhadap Kinerja organisasi.

BIBLIOGRAFI

- Amelia, Fitri. (2018). *Environmental Accounting dalam Konsep Sosial Maslaha: Sebuah Pendekatan Kritis (Studi pada PT. PP London Sumatra Indonesia Tbk. Palangisan Estate)*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. [Google Scholar](#)
- Baeti, Amalia Nur. (2021). Peranan Ekspedisi Muatan Kapal Laut (EMKL) dalam Tata Laksana Impor Barang Oleh PT. Cahaya Moda Indonesia di Pelabuhan Tanjung Emas Semarang. *Jurnal Ilmiah Kemaritiman Nusantara*, 1(1), 7–12. [Google Scholar](#)
- Deviyanti, Yuni. (2022). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Capital Intensity Terhadap Tax Avoidance (Studi pada Perusahaan Sektor Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)*. Universitas Pasundan Bandung. [Google Scholar](#)
- Galang, Putra Pratama. (2021). Pelayanan Dokumen Ekspor Tekstil Milik CV. Mega Briquette oleh Perusahaan EMKL PT. Dhana Persada Manunggal Semarang. *Karya tulis*. [Google Scholar](#)
- Gunawan, Iwan, & Yuliadi, Erizka Trinurfa. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Saluran Distribusi Terhadap Penjualan Kacang Kedele (Studi Kasus Pada Konsumen PT. Agrico International”). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 450–456. [Google Scholar](#)
- IImi, Nur. (2021). *Pengaruh Islamic Corporate Social Responsibility (ICSR) dan Zakat Perusahaan Terhadap Kinerja Perbankan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating pada Perbankan Syariah di Indonesia Periode 2015-2019*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. [Google Scholar](#)
- Islahuddin, Islahuddin, Eppang, Buntu Marannu, Salim, Muhammad Arfin Muhammad, Darmayasa, Darmayasa, & Masatip, Anwari. (2022). *Book-Inovasi, Adaptasi, Dan Kolaborasi: Pengembangan Wisata Bahari Berbasis Inovasi, Adaptasi, Dan Kolaborasi di Destinasi Super Prioritas Indonesia Pada Masa Pandemi Covid-19*. CV Amerta Media. [Google Scholar](#)
- Jannah, Ratu Chika Fathiatul, Yusmardono, Yusmardono, & Fathoni, Fajar Sidiq. (2022). Konservasi dan Pengelolaan Penyus: Peran Swasta dalam Perlindungan Satwa Langka. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(1), 57–70. [Google Scholar](#)
- Kompyurini, Nurul. (2019). Menuju Sistem Pengendalian Manajemen Bertanggung Jawab Sosial Studi pada PT. Pelindo Marine Service Surabaya. *InFestasi*, 15(1), 46–56. [Google Scholar](#)
- Prayoga, Ajib. (2022). *Usahatani Dan Strategi Pemasaran Bibit Durian Unggul Di Desa Balam Jaya Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar Provinsi Riau*. Universitas Islam Riau. [Google Scholar](#)

Pengaruh Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, Citra Perusahaan, Komitmen Perusahaan dan Dukungan Organisasi meningkatkan Kinerja Organisasi pada Jasa Ekspedisi Angkutan Laut

- Purwadi, Agung, Sudiyono, Sudiyono, Yufridawati, Yufridawati, Jauhari, Moh Rif'an, & Waspo, R.Muktiono. (2019). *Model kerjasama SMK dengan kementerian/lembaga serta dunia usaha dan industri: kasus SMK bidang keahlian kemaritiman*. Pusat Penelitian Kebijakan Pendidikan dan Kebudayaan. [Google Scholar](#)
- Rizki, Irma Herliza, Chaniago, Sabarrudin, Yogi Putra SE, M. M., Aristantya, Selvi, Sutejo, Bambang, Kom, S., Nurhadi, Aan, Dewi, Henny Purnama, Nasution, M.Indra Mulia, & Sos, S. (2022). *UKM MANDIRI DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0*. Cattleya Darmaya Fortuna. [Google Scholar](#)
- Simanjuntak, Pinondang, Purnomo, Candra C., Filipus, Carlos, & Haryady, Haryady. (2020). *Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Teknologi Digital dan Keragaman Budaya Kerja Terhadap Efektivitas Tim Pelaksana Konstruksi*. [Google Scholar](#)
- Sulaiman, Fatah. (2021). *Desain Simbiosis Industri dalam Suatu Kawasan Industri Menuju Eco-Industrial Park (Pidato Pengukuhan Guru Besar)*. UNTIRTA PRESS. [Google Scholar](#)
- Wardani, Bunga Putri Kusuma. (2018). *Penerimaan Konsumen The Body Shop Di Kota Malang Terhadap Identitas Perusahaan Dalam Iklan Kampanye Online "Forever Against Animal Testing"*. Universitas Brawijaya. [Google Scholar](#)
- Yasin, Muhammad, & Rohman, Fatchur. (2022). The Impact of PT PLN Tanjung Jati B's Corporate Social Responsibility on the Welfare of Micro, Small and Medium Enterprises. *Jurnal Rekognisi Ekonomi Islam*, 1(1), 120–134. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Devita Nur Ekasari, Farah Margaretha, Triwulandari (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

