

Pengaruh CSR pada Employee Engagement, Job Motivation, dan Job Satisfaction

Influence CSR on Employee Engagement, Job Motivation, and Job Satisfaction

Akbar Hisbulloh dan Muhammad Cholil

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret
akbar28hz@gmail.com

ABSTRACT

This research is a scope in hypothesis testing research to test 1) Influence of CSR, 2) Influence of Employee Engagement, 3) Job Motivation, and 4) Job Satisfaction. This research was conducted directly to employees of PT.Industri Kereta Api (Persero) in Madiun, taking the method using Convenience Sampling. Conditions of respondents in this study are employees who work in PT.Industri Kereta Api (Persero). This study took the number of respondents as much as 150 people. This research embraces the method of Hierarchical regression analysis (Hierarchy Regression Analysis). The results of this study can be concluded that: 1) CSR has positive and significant effect on Employee Engagement; 2) CSR has positive and significant influence on Job Motivation; 3) CSR has positive and significant effect on Job Satisfaction. This study has several limitations that include at least similar research that is discussing about internal CSR company especially to employees. And there are limitations of research using Questionnaire is sometimes the respondent's answer does not show the actual situation. So that in future research is suggested to complete the limitations in this research.

Keyword: *corporate social responsibility, employee engagement, job motivation, job satisfaction*

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) ialah kegiatan sosial yang sangatlah penting dan berarti dan wajib dilakukan oleh sebuah organisasi atau perusahaan demi menciptakan keseimbangan antara kepentingan *stakeholder* atau pemegang saham maupun masyarakat umum serta lingkungan sekitar tempat perusahaan itu beraktivitas. Didalam Rahman (2009:10) pada *The World Bussiness Council for Sustainable Development* menjelaskan dimana pengertian CSR ialah sebuah kewajiban pada sebuah perjalanan usaha perusahaan untuk memberikan kontribusi pada ekonomi berkelanjutan, memiliki imbal balik positif dengan karyawan tersebut, serta masyarakat lokal dan masyarakat secara keseluruhan untuk meningkatkan taraf kualitas hidup. Tetapi pada saat ini, *stakeholder* eksternal seringkali difokuskan pada kegiatan CSR tersebut, padahal *stakeholder* internal seperti karyawan adalah tim sukses yang turut menyukseskan suatu perusahaan (Yilmaz, 2015).

Pada zaman modern masa kini, Di era bisnis masa kini, CSR mulai disangkut pautkan *Employee Engagement*. Kedua hal inti ini menjadi kewajiban didunia bisnis pada masa kini. Dua pihak memiliki hubungan yaitu CSR mempunyai efek positif pada *Employee Engagement* pada perusahaan, dan dua hal ini memiliki efek positif pada perusahaan. *Employee Engagement* atau Keterikatan karyawan adalah istilah baru pada dunia pendidikan sumber daya manusia dan Psikologi, *Employee Engagement* adalah suatu perencanaan yang berpadu dari psikologi yang positif dan perilaku organiasi yang positif Max Caldwell (2010) mengatakan, CSR adalah beberapa faktor untuk

membangun keterikatan pegawai pada suatu organisasi. Sebuah studi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang konsultan SDM, *Tower Perrin Global Workface Study* (2008) menemukan temuan bahwa CSR adalah penggerak pada karyawan ketiga yang paling penting. Marciano (2010:42) mengatakan karyawan yang terikat memiliki tujuan yang berorientasi pada komitmen, menggunakan kemampuannya untuk menyelesaikan penugasan dari atasan, mengutamakan etika perilaku, dan mengutamakan penyelesaian tugas, serta siap untuk introspeksi dan evaluasi diri. Lalu Marciano (2010:45) menambahkan bahwa keterikatan karyawan memiliki keuntungan yaitu efisiensi, menurunkan tingkat *turnover*, mengurangi tingkat absen pada karyawan, mengantisipasi karyawan melakukan kecurangan dan penipuan serta mengutamakan kepuasan konsumen, meminimalisir kecelakaan kerja dan meminimalisir karyawan mengeluh.

Handoko (2008) mempunyai statment yaitu kepuasan kerja pada karyawan adalah indikator yang menggambarkan emosi karyawan yang menyenangkan atau tidak pada pekerjaan mereka. Kepuasan kerja pada karyawan dapat mengekspresikan sebuah perasaan karyawan pada pekerjaannya. Locke & Henne (1986) memberikan tanggapan bahwa kepuasan kerja dapat menuju pada keterikatan karyawan. Karyawan mempunyai sebuah pandangan oleh sebuah persepsi (positif maupun negatif), Apabila pekerjaan dan lingkungan kerjanya dapat memenuhi kebutuhan dan pribadi dari karyawan tersebut, dapat mengangkat kepuasan pada kerja karyawan tersebut (Abraham, 2012). Jadi karyawan yang puas pada pekerjaannya dapat meningkatkan keterikatan pada tempat karyawan tersebut bekerja (Abraham, 2012).

Menurut Solihin (2009) Implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat memicu keterikatan karyawan, rasa bangga yang muncul dari hasil kegiatan CSR tersebut memberikan efek peningkatan motivasi kerja dan kepuasan kerja oleh karyawan. itu terjadi karena reputasi yang baik di mata masyarakat yang timbul karena upaya perusahaan melakukan CSR dan karyawan bekerja di perusahaan tersebut. Sehingga mereka bekerja dengan lebih giat dan lebih tekun serta terikat secara emosi pada perusahaan tersebut.

Lalu implementasi nyata CSR pada perusahaan besar yang bergerak pada segala bidang (manufaktur, perbankan, jasa, dll), khususnya BUMN. Mereka mulai sadar pada konsep CSR yang mana mereka menggerakkan divisi PKBL (Program Kemitraan dan Bina Lingkungan) pada BUMN, divisi ini bertugas untuk memegang program-program CSR khususnya program kemitraan dan bina lingkungan sekitar perusahaan. Ini adalah sebuah hasil nyata bagaimanakah perusahaan menerangkan pada konsep asli CSR (Sagara, 2014:1). Di tempat penelitian PT. INKA (Persero) Sendiri memiliki divisi PKBL yang tugasnya sama seperti BUMN yang lain yaitu memegang program-program CSR.

Tsourvakas et al (2017) terlebih dahulu melakukan penelitian dan Menunjukkan bahwa ditemukan korelasi kecil antara CSR dan *Employee Engagement*, tetapi penulis terdahulu Glavas dan Piderit, (2009) menemukan adanya pandangan bahwa karyawan bersedia untuk bekerja ekstra jika mereka percaya bahwa pekerjaan mereka mempunyai hasil sosial yang signifikan bagi masyarakat. keterikatan kerja telah digambarkan sebagai komitmen dan loyalitas kepada pekerjaan seseorang (Peterson, 2004 dalam Kim et al., 2009). Hasil yang berbeda ditemukan pada Hipotesis kedua dan ketiga yaitu Pengaruh CSR pada *Job Motivation* dan *Job Satisfaction* pada kedua perusahaan (P & G dan Unilever) yaitu ditemukan kurangnya korelasi antara motivasi dan *Job Satisfaction* untuk CSR pada Perusahaan P&G, sedangkan pada Unilever ditemukannya korelasi kecil antara

masing masing variabel.

Sesuai dengan penjabaran latar belakang diatas, penulis ingi melaksanakan penelitian replikasi pada variabel CSR, *Employee engagement*, *Job Motivation* dan *Job satisfaction* dengan melakukan replikasi pada jurnal berjudul *Corporate social responsibility influence employee engagement* Karya Georgios Tsourvakas dan Loanna Yfantidou (2017), dengan mengambil objek penelitian dengan perusahaan manufaktur di Yunani. Perbedaan antara penelitian sebelumnya yaitu perbandingan korelasi, dengan penelitian sekarang yaitu penghitungan regresi hierarki menggunakan variabel kontrol demografi.

LANDASAN TEORI

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Pengertian tanggung jawab sosial perusahaan ialah hubungan antara organisasi global, pemerintah negara serta warga negara individu, tepatnya berkaitan dengan afiliasi diantara perusahaan dan masyarakat yang tinggal disekitaran perusahaan itu bergerak menjalankan kegiatan bisnisnya. Di dalam David Crowther & Guler Aras (2008:11) menurut delegasi Uni Eropa, CSR merupakan sebuah pikiran di mana perusahaan menyatukan kepedulian lingkungan serta sosial pada operasi bisnis perusahaan dan dalam interaksi perusahaan dengan para *stakeholder* mereka secara sukarela.

Kotler dan Lee (2005:23) menyebutkan enam jenis aktivitas progam CSR diantaranya: *Cause Promotions*, Perusahaan menyiapkan sebuah dana untuk membuat kesadaran masyarakat meningkat pada suatu kegiatan sosial bersama demi mendukung terkumpulnya dana, keikutsertaan dari masyarakat hingga volunteer diperlukan untuk suatu kegiatan tersebut. *Cause Related Marketing*, suatu perusahaan mempunyai komitmen demi menyumbangkan laporan tertentu dari penghasilan pada kegiatan sosial yang dipatok pada besarnya penjualan sebuah produk. *Societal marketing*, perusahaan memberikan demo atau kampanye demi mengubah seluruh perilaku masyarakat dengan suatu target yaitu meningkatkan suatu kesadaran kesehatan, kesejahteraan masyarakat, menjaga lingkungan sekitar serta keselamatan publik. *Corporate Philanthropy*, Perusahaan menyerahkan sumbangan secara langsung yang berbentuk uang, alat atau jasa pada pihak yang memerlukan baik itu perorangan, kelompok maupun lembaga tertentu. *Community Volunteering*, perusahaan mendukung penuh serta menghimbau pada pegawai agar menyisihkan sedikit waktunya secara ikhlas dan sukarela untuk membantu organisasi masyarakat lokal. *Socially Responsibility Bussines Pratices*, Perusahaan melakukan kegiatan bisnis yang diwajibkan hukum lalu melakukan investasi untuk mendukung kegiatan sosial guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Menurut Wibisono (2007:99) ada manfaat yang timbul dari kegiatan CSR, yaitu positif untuk perusahaan itu sendiri, untuk pemerintah, masyarakat serta *stakeholder*. Terdapat manfaat yang didapat dari pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, baik bagi perusahaan sendiri, bagi masyarakat, pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya

Employee Engagement

Menurut Robbins dan Judge (2008:103) *employee engagement* adalah sebuah bentuk keterikatan, antusiasme individual dan bentuk kepuasan pada kegiatan kerja yang mereka lakukan. Thomas (2009:38) membuat gambaran yaitu, yaitu suatu tahap bertingkat pada seseorang karyawan yang aktif memiliki manajemen diri dalam melakukan suatu kegiatan pekerjaan. Menurut Rich et al (2010) pada konsep keterikatan

karyawan Kahn (1990) jadi untuk melihat apakah karyawan didalam sebuah organisasi cenderung memiliki *engagement* atau tidak dapat dipertimbangkan menggunakan tiga dimensi keterikatan karyawan yaitu: *Physical*, Merupakan energi yang kuat dan memiliki ketahanan mental pada karyawan yang digunakan pada saat melaksanakan pekerjaannya. *Emotional*, Kontribusi diberikan oleh sebuah pekerjaan yang dikerjakan seorang karyawan mengenai pertanyaan mental yang mencerminkan arti dalam pekerjaan seorang individu. *Cognitive*, Keadaan terjun tota (*total immersion*) pada karyawan ke dalam pekerjaannya. Mengacu pada seseorang yang terlarut dalam pekerjaannya sehingga secara penuh terfokus pada pekerjaannya tersebut sampai tak terasa waktu berlalu sehingga meluangkan hal-hal di sekelilingnya.

Menurut Federman (2009), ciri ciri karyawan yang mempunyai keterikatan yang tinggi adalah : Konsisten dalam melakukan penyelesaian pekerjaan dan juga pada pekerjaan yang berikutnya diberikan, Selalu merasa bahwa diri menjadi bagian kecil dari sebuah tim kerja dan merasa suatu lebih besar daripada diri sendiri, Selalu merasa mampu dan siap serta tidak muncul rasa tekanan pada lompatan pekerjaan dan Selalu siap dengan segala bentuk perubahan dan senang dengan tantangan serta memiliki tingkah laku dewasa.

Job Satisfaction dan Job Motivation

Job Satisfaction atau kepuasan kerja adalah sikap wajar pada sebuah pekerjaan karyawan, selisih antara banyaknya kompensasi yang diberikan kepada pegawai dan karyawan yakini apa yang harus mereka terima (Stephen P. Robbins, 2008:26). Veithzal Rivai, (2005:475) mengatakan *Job Satisfaction* pada umumnya berifat individu. Setiap keindividuan tersebut mempunyai kepuasan yang berbeda, sesuai pada individu karyawan itu sendiri. Indikator *Job Satisfaction*, Dessler dalam Veithzal Rivai (2005:623) patokan yang biasanya digunakan untuk mengukur *Job Satisfaction* seorang pegawai diantaranya: Jenis Pekerjaan, Supervisi, Manajemen dan perusahaan, Memiliki sebuah kesempatan untuk meningkatkan diri, Kompensasi yang didapat, *Partner* kerja, iklim suatu pekerjaan.

Job Motivation/ Motivasi kerja menurut McClelland dalam Veithzal Rivai (2005:607). Motivasi ialah keseluruhan nilai-nilai serta sikap yang dipengaruhi individu guna mencapai target yang spesifik oleh tujuan seseorang yang berasal dari dalam dirinya sendiri. Faktor pendorong Motivasi menurut Purnomo (2004:37) Sumber pendorong Motivasi terdapat 3 faktor yaitu: Kesempatan untuk berkembang, Spesifik pekerjaan, dan Apakah karyawan dapat mempunyai rasa bangga menjadi bagian dari perusahaan itu. Menurut Veitzhal, Rivai (2004:456) ada beberapa faktor yang terpengaruh terhadap *Job Motivation* individu, yaitu Keamanan bekerja, Kompensasi yang menarik, Lingkungan yang mendukung, *Reward* atau penghargaan dan Manajemen memberikan keadilan pada karyawan.

Hubungan CSR pada Employee Engagement

Sesuai dengan pandangan Ritch et al. (2010), percaya bahwa berbuat baik kepada komunitas melalui pekerjaan karyawan, akan meningkatkan tingkat keterikatan. Menurut Jones (2010) mempunyai pendapat kebanggaan bekerja untuk bertanggung jawab sosial pada organisasi menambah kepercayaan diri pada seorang karyawan dan meningkatkan harga diri mereka. Lalu menurut (Hackman dan Oldham,1980) dampaknya mereka cenderung merasa lebih bangga dengan pekerjaan mereka. Lalu Ferreira dan de Oliveira (2014) menggunakan pendekatan skenario yaitu menemukan beberapa bukti untuk hubungan antara CSR dan keterikatan karyawan. Meskipun tidak ada hubungan yang

sangat signifikan pada CSR yang diarahkan *stakeholder* internal dan eksternal dan berbagai dimensi keterlibatan karyawan, lalu ditemukan skor keterlibatan ditemukan lebih tinggi untuk karyawan yang terlibat langsung pada CSR internal.

Beberapa studi empiris telah menunjukkan keadilan pada organisasional mempunyai persepsi positif untuk keterikatan karyawan (Saks, 2006) dalam (Maslach et al., 2001). menegaskan Saat karyawan mempunyai pikiran suatu keadilan yang tinggi pada perusahaan, mereka akan cenderung mempunyai kewajiban untuk bersikap adil dalam bekerja, karyawan membawa sebuah kelebihan dari diri sendiri kedalam sebuah pekerjaan

H₁: CSR berpengaruh pada *Employee Engagement*

Hubungan CSR dan Job Motivation

Csikszentmihalyi dan Hunter (2003) percaya bahwa ketika orang menemukan makna dalam pekerjaan mereka, mereka termotivasi untuk bekerja lebih keras, yang pada gilirannya akan meningkatkan produktivitas. Willard (2004) menemukan bahwa organisasi dengan kegiatan CSR menyediakan tempat kerja yang berarti untuk staf mereka. Pada penelitian terdahulu mengenai inisiatif program CSR ditemukan hubungan positif oleh citra diri, kerja sama, kepuasan, loyalitas, retensi, kepercayaan, rasa memiliki, moral karyawan dan komitmen, semua indikator tersebut terkait dengan motivasi karyawan menurut (Meyer et al., 2004). karyawan akan terpacu dengan motivasi intrinsik yang tidak hanya terfokus pada gaji yang memuaskan, tetapi karena karyawan tersebut merasakan sensasi kesenangan dan kepuasan batin, terpacu tantangan, menarik hati dan sebuah penampilan emosi diri pada saat bekerja. Menurut studi tentang Rutherford (1990) motivasi adalah kekuatan pendorong yang efektif dalam suatu organisasi karena; karyawan yang termotivasi selalu inventif dalam pekerjaan mereka. Manajemen harus menghargai karyawan dan merumuskan prosedur untuk mencapai target yang ditetapkan.

Menurut (Minbaeva, 2008) dalam (Rizwan et al., 2013). Motivasi eksternal membuat seseorang tetap bekerja tetapi motivasi internal mendorong karyawan untuk melakukan aktivitas mereka secara lebih akurat. Menurut Meyer et al., (2004); hasil penelitian sebelumnya memverifikasi dampak positif dari kegiatan CSR pada kepuasan karyawan, harga diri, kerja kelompok, kepercayaan, pemeliharaan, kebutuhan psikosomatik berinteraksi, drive karyawan dan kesetiaan dan ide-ide ini terkait dengan karyawan. Motivasi Menggabungkan pengertian yang disebutkan di atas, penulis berhipotesis bahwa menguntungkan persepsi CSR dan *Job Motivation* berhubungan positif.

H₂ : CSR Berpengaruh pada *Job Motivation* pada karyawan PT.INKA

Hubungan CSR dan Job Satisfaction

Menurut Lockle (1976:1304) Kepuasan kerja mempunyai definisi yang umum yaitu emosi yang membuat senang atau status baik, yang mana status yang dihasilkan dari penilaian pekerjaan atau pengalaman pekerjaan seseorang. Lalu menurut (Weiss, 2002:175), Sikap kepuasan kerja dapat dianggap "penilaian evaluasi positif (atau negatif) oleh seseorang yang membuat pekerjaan atau pembuat situasi pekerjaan seseorang Emosi itu". terkait erat dengan evaluasi tersebut, sehingga kepuasan kerja melibatkan emosi dan sikap seseorang terhadap evaluasi pekerjaannya (Saari dan Hakim, 2004).

Kepuasan kerja dapat dipengaruhi oleh tindakan perusahaan, termasuk yang terkait CSR (Bauman dan Skitka, 2012). Tindakan perusahaan untuk kepentingan *Stakeholder* dan pemenuhan. Sebaliknya, tindakan yang berdampak negatif pada *Stakeholder* bisa menyebabkan emosi yang merugikan di antara karyawan, termasuk rasa malu, marah, dan takut (Riordan et al., 1997) dalam (El Akremi et al., 2015; Onkila, 2015). Lalu McWilliams dan Siegel (2001) percaya bahwa CSR memuaskan semua kelompok pemangku kepentingan, termasuk staf. Demikian pula, penulis berhipotesis bahwa penerapan CSR mempromosikan kepuasan kerja individu.:

H₃ : CSR Berpengaruh pada *Job Satisfaction* pada karyawan PT.INKA

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat penelitian kuantitatif yaitu berdasarkan perhitungan dengan alat atau perangkat lunak SPSS. Pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Survey*, Menurut Sanusi (2011:2015) yang mana pengumpulan data pengumpul data dan peneliti memberikan pertanyaan kepada responden yang ada data diperoleh pada penyebaran kuesioner yang diberikan kepada karyawan PT.INKA (Persero).

Menurut Sugiyono (2014: 117) Pengertian Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian Ini mengambil Populasi karyawan di PT.INKA (Persero) Kota Madiun. Menurut Sugiyono (2006: 118) Pengertian dari sampel yaitu bentuk bagian dari karakteristik serta jumlah yang dimiliki oleh populasi. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut .

Hair et al (dalam Prawira, 2010:46) Menyarankan jumlah sampel yaitu minimal adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan pada kuesioner. Total pertanyaan pada penelitian ini yaitu 21 Instrumen pertanyaan, jadi minimal ukuran sampel penelitian ini adalah $21 \times 5 = 105$. Dari hasil perhitungan sampel dengan rumus tersebut , maka diperoleh 105 karyawan untuk dijadikan sebagai sampel. Pada Penelitian ini Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam pada penelitian ini adalah metode *Convenience Sampling* atau sampel yang dipilih dengan pertimbangan kemudahan. Pada Penelitian ini, data yang akan digunakan adalah menggunakan data primer yang didapat langsung dari objek yang diteliti. Sumber data primer merupakan sumber data yang didapat langsung diberikan kepada pengumpul data (Sugiyono, 2014) data tersebut didapat melalui penyebaran kuesioner.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

CSR pada penelitian ini mempunyai arti sebagai suatu kegiatan yang wajib dilakukan sebagai bentuk hutang budi kepada alam dan masyarakat sekitar tempat perusahaan itu bernaung serta beroperasi, karena perusahaan tidak hanya mengambil keuntungan pada profit sebuah bisnis, tetapi perusahaan juga memiliki pandangan kedepan sebagai kewajiban untuk keberlangsungan kedepan perusahaan, alam dan masyarakat sekitar. Pada variabel CSR pada penelitian ini menggunakan 6 (enam) instrumen yang dikembangkan oleh Tsourvakas et al (2018). Dengan menggunakan 6 instrumen tersebut bertujuan untuk mengukur persepsi karyawan dari upaya perusahaan mereka terhadap *Corporate Social Responsibility* yang menunjukkan apakah karyawan puas atau tidak dalam menghargai kegiatan organisasi CSR saat ini. Pengukuran variabel

ini menggunakan skala likert 1 hingga 5.

Employee Engagement memiliki definisi yaitu keterikatan seorang karyawan dalam bekerja. Seorang karyawan yang telah terlibat dalam bekerja akan melakukan kegiatan pekerjaan dalam organisasi dengan senang hati dan ikhlas, dan terjadi sisi positif pada karyawan tersebut. Agar karyawan terlibat pada sebuah pekerjaannya pada suatu organisasi dan dapat bekerja sama dengan rekan kerjanya demi kemajuan kinerja dalam pekerjaan karyawan demi kepentingan organisasi tersebut, perusahaan harus memulai hubungan dua arah antara karyawan dan perusahaan untuk meningkatkan keterikatan (Robinson et al., 2007). terdapat 8 faktor *Employee Engagement* kepada karyawan yaitu : Penilaian, Komunikasi yang efisien, jenjang karir, bonus, keseimbangan kehidupan kerja, kondisi kerja, kepuasan kerja, ketanggapan manajemen, dan kerja tim (Robinson et al., 2007). pada penelitian kali ini, Variabel *Employee engagement* menggunakan 6 Instrumen yang dikembangkan oleh Tsourvakas et al (2017). pengukuran variabel ini menggunakan skala likert 1 hingga 5.

Job Motivation atau motivasi dalam bekerja dapat diartikan sebagai penggerak hati dan diri karyawan, seorang karyawan akan bersemangat bekerja apabila termotivasi suatu hal sehingga menyebabkan ia semangat dalam bekerja. Menurut Pinder (1998:11) sebagai suatu kesatuan kekuatan enerjik yang didapat dari luar maupun dalam pada individu guna memulai sebuah kegiatan yang berkaitan pada pekerjaan serta untuk memberikan penentuan arah, intensitas, bentuk serta durasi. Dengan demikian, motivasi adalah gagasan psikologis yang dibentuk oleh interaksi antara orang dan lingkungan (Latham dan Pinder 2005). Pada variabel ini, terdapat 3 instrumen yang dikembangkan oleh Tsourvakas et al., (2018). Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert 1 hingga 5.

Job Satisfaction atau Kepuasan dalam bekerja merupakan hasrat kesenangan batin dalam melakukan suatu kegiatan pekerjaan, seorang karyawan akan rela bekerja dan loyal dalam bekerja apabila terdapat Kepuasan bekerja pada dirinya. Menurut Locke (1969:316) menggambarkan kepuasan bekerja adalah keadaan emosional seorang karyawan yang puas, berasal dari penilaian seseorang pada pekerjaannya guna mencapai nilai-nilai pekerjaan seorang karyawan tersebut. dalam variabel ini, pengukuran *Job satisfaction* memakai 5 instrumen yang dibuat oleh Tsourvakas et al., (2018). Pengukuran variabel ini menggunakan skala likert 1 hingga 5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif yang digunakan untuk mengetahui karakteristik perusahaan dan hasil tanggapan para responden. Jumlah kuesioner yang diedarkan dalam penelitian ini adalah 150 Kuesioner. Gambaran umum karyawan PT.INKA , yang meliputi usia, pendidikan, jenis kelamin, lama bekerja dan jabatan. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 Deskripsi demografis karyawan

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
Jumlah Karyawan		
19 - 25 tahun	50	47.6
26 - 32 tahun	33	31.4
33 - 50 tahun	22	21.0
Total	105	100
Jenis Kelamin		
Pria	36	34.3
Wanita	69	65
Total	105	100
Pendidikan		
SLTA/SMK	27	25.7
D3	24	22.9
S1	45	42.9
S2	9	8.9
Total	105	100
Jabatan		
Auditor	2	1.9
Manajer	9	8.6
Sekretaris	2	1.9
Staff	92	87.6
Total	105	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari segi usia didominasi oleh karyawan yang berumur 19-25 tahun, sedangkan jenis kelamin di didominasi oleh wanita, pendidikan didominasi oleh S1, dan jabatan didominasi oleh Staff. Hal tersebut dikarenakan PT.INKA (Persero) termasuk Perusahaan BUMN yang GO Internasional dalam produknya sehingga melibatkan karyawan yang muda dan energik serta berpendidikan minimal pada Strata 1 untuk menghadapi persaingan global internasional ini.

Uji Validitas dan Uji realibilitas

Uji Validitas dicoba kepada empat variabel pada penelitian ini, yaitu *CSR*, *Employee Engagement*, *Job Motivation* dan *Job Satisfaction*. Hasilnya pada tabel berikut:

Tabel 2 KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin-Measure of Sampling Adequacy.		.830
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1454.055
	df	210
	Sig.	.000

Sumber: Data Primer yang diolah, 2018

Tabel 2 menunjukan nilai *KMO Measure of Sampling Adequacy (MSA)* pada penelitian ini sebesar 0,830. Karena nilai MSA diatas 0,5 serta nilai *Barlett test* dengan Chi-Squares signifikan pada 0,000 dapat ditarik kesimpulan yaitu uji analisis faktor dapat dilanjutkan.

Tabel 3 Hasil Faktor Analisis Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
CSR1		.633		
CSR2		.747		
CSR3		.756		
CSR4		.634		
CSR5		.827		
CSR6		.736		
EE1	.610			
EE2	.718			
EE3	.618			
EE4	.752			
EE5	.791			
EE6	.715			
EE7	.604			
KK1			.662	
KK2			.797	
KK3			.661	
KK4			.712	
KK5			.812	
MK1				.746
MK2				.773
MK3				.785

Extraction Method : Principal Component Analysis, Rotation Method: varimax with Kaiser Normalization, A. Rotated converged in 6 iterations

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Sesuai dengan hasil Uji Validitas dengan jumlah 105 responden, keseluruhan item dinyatakan valid karena memiliki factor loading >0,50 seperti pada tabel 3

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha
<i>Corporate Social Responsibility</i>	0,8640
<i>Employee Engagement</i>	0,8793
<i>Job Satisfaction</i>	0,8692
<i>Job Motivation</i>	0,8548

Sumber: Data primer yang diolah, 2018

Setelah beberapa pengujian, selanjutnya ialah pengujian reabilitas yang mempunyai tujuan untuk menguji konsisten tidaknya item-item pernyataan yang digunakan, hasilnya dapat dilihat pada tabel diatas. Dari Tabel 4 dapat ditarik kesimpulan bahwa secara umum semua variabel penelitian dinyatakan reliabel karena mempunyai nilai cronbach's alpha >0,60.

Uji Hipotesis

Penelitian Ini memakai metode *Hierarchical regression analysis* untuk menguji suatu hipotesis, hasil pengujian ditunjukkan pada tabel 5, 6 dan 7. Pada tabel 5 menunjukkan dua model regresi yang diuji. Model 1 hanya menguji variabel kontrol, yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan lama bekerja. Hasilnya variabel kontrol tersebut tidak memiliki pengaruh pada *employee engagement*. Pada model 2, diuji pengaruh variabel independen yaitu CSR pada *employee engagement*. Pada model ini, CSR berpengaruh signifikan pada *employee engagement*, sehingga hipotesis 1 didukung.

Tabel 5 Hasil Uji Hierarchical regression analysis

	<i>Employee Engagement</i>	
	Model 1 (β)	Model 2 (β)
Usia	1,496	1,703
Jenis Kelamin	-1,414	-1,703
Pendidikan	-1605	-1.579
Lama Bekerja	0,237	-0,688
CSR		5,856*
DR2	0,168	0,214
R2	0,168	0,382
Adjusted R2	0,135	0,351
F	5,044*	12,237*

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Keterangan : *p<0,005

Pada tabel 6 menunjukkan dua model regresi yang diuji . Model 1 hanya menguji variabel kontrol, yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan lama bekerja. Hasilnya variabel kontrol tersebut tidak memiliki pengaruh pada *Job Satisfaction*. Pada model 2, diuji pengaruh variabel independen yaitu CSR pada *Job Satisfaction*. Pada model

ini, CSR berpengaruh signifikan pada *job satisfaction*, sehingga hipotesis 2 didukung.

Tabel 6 Hasil Uji Hierarchical regression analysis

	<i>Job Satisfaction</i>	
	Model 1 (β)	Model 2 (β)
Usia	-0,775	-0,844
Jenis Kelamin	-0,740	-0,873
Pendidikan	-0,474	-0,325
Lama Bekerja	1,352	0,789
CSR		3,880*
DR2	0,046	0,126
R2	0,215	0,415
Adjusted R2	0,008	0,130
F	1,206	4,112*

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Keterangan : * $p < 0,005$

Pada tabel 7 menunjukkan dua model regresi yang diuji. Model 1 hanya menguji variabel kontrol, yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan lama bekerja. Hasilnya variabel kontrol tersebut tidak memiliki pengaruh pada *Job Motivation*. Pada model 2, diuji pengaruh variabel independen yaitu CSR pada *Job Motivation*. Pada model ini, CSR berpengaruh signifikan pada *job Motivation*, sehingga hipotesis 3 didukung.

Tabel 7 Hasil Uji Hierarchical regression analysis

	<i>Job Motivation</i>	
	Model 1 (β)	Model 2 (β)
Usia	0,683	0,706
Jenis Kelamin	-1,972	-2,158
Pendidikan	-1,256	-1,160
Lama Bekerja	0,822	0,276
CSR		3,545*
DR2	0,173	0,193
R2	0,416	0,516
Adjusted R2	0,140	0,229
F	5,224*	7,177*

Sumber : Data primer yang diolah, 2018, Keterangan : * $p < 0,005$

Pengaruh CSR terhadap *Employee Engagement*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh pada *Employee Engagement*. Fenomena ini dapat terjadi karena CSR dapat memicu keterikatan karyawan yang timbul karena keikhlasan dalam bekerja di dalam diri karyawan pada

perusahaan tempat karyawan bekerja yang telah melakukan tanggung jawab sosial pada lingkungan sekitar, dan rasa nyaman melakukan pekerjaan dalam bekerja pada suatu organisasi, sehingga timbul rasa terikat secara batin dalam bekerja. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Georgios Tsourvakas dan Loanna Yfantidou (2017) serta Chaudary (2017) menunjukkan bahwa ada hubungan positif pada CSR pada *Employee Engagement*. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ritch et al. (2010), percaya bahwa berbuat baik kepada komunitas melalui pekerjaan karyawan, akan meningkatkan tingkat keterikatan karyawan.

Pengaruh CSR terhadap *Job motivation*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh CSR terhadap *Job Motivation*. Fenomena ini terjadi karena adanya motivasi bekerja pada karyawan tersebut dengan adanya kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tempat karyawan tersebut bekerja. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Georgios Tsourvakas dan Loanna Yfantidou (2017) menunjukkan bahwa ada hubungan positif pada CSR pada *Job Motivation*.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Sholihin (2009) yang mengatakan Implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat memicu keterikatan karyawan, rasa bangga yang muncul dari hasil kegiatan CSR tersebut dapat meningkatkan kepuasan kerja dan motivasi kerja pada karyawan, itu terjadi karena karyawan yang bekerja pada perusahaan yang telah melakukan kegiatan tanggung jawab sosial tersebut pasti memiliki reputasi baik di mata masyarakat, hal itu yang memicu mereka merasa termotivasi dan puas bekerja di perusahaan tersebut. Sehingga mereka bekerja dengan lebih giat dan lebih tekun serta terikat secara emosi pada perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap *Job Satisfaction*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh CSR terhadap *Job Satisfaction*. Fenomena ini terjadi karena adanya kepuasan bekerja oleh karyawan yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial di organisasinya, karyawan merasa memiliki kepuasan kerja tersendiri bila perusahaan memikirkan serta melaksanakan segala tanggung jawab untuk etika lingkungan dan masyarakat sekitar perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Georgios Tsourvakas dan Loanna Yfantidou (2017) serta Barakat (2017) yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif pada CSR pada *Job Satisfaction*. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Valentine dan Fleischman (2008) percaya bahwa, saat ini, program etika bisnis dan inisiatif tanggung jawab sangatlah penting untuk kepuasan kerja karyawan. Mereka menggambarkan prinsip mereka sebagai "Kontrak informal" antara majikan dan karyawan, yang menurutnya organisasi harus menawarkan etika dan nilai-nilai bisnis yang diinginkan yang mengarah pada kepuasan kerja karyawan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dijabarkan dengan menggunakan metode *Hierarchical regression analysis*, Maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini dapat diambil garis besarnya bahwa: Variabel control Usia, jenis kelamin, pendidikan, dan lama bekerja tidak berpengaruh signifikan pada variabel CSR, *Employee Engagement*, *Job Motivation* dan *Job Satisfaction*. Variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap *Employee Engagement*, *Job Motivation* dan *Job Satisfaction*.

Masih sedikitnya penelitian sejenis yaitu yang membahas tentang CSR Internal

khususnya kepada karyawan perusahaan. dan terdapat keterbatasan penelitian dengan menggunakan Kuesioner yaitu terkadang jawaban responden tidak menunjukkan keadaan sebenarnya. Penelitian selanjutnya sebaiknya meneliti objek penelitian yang lain dan juga dapat memperbandingkan beberapa sektor bisnis lain sehingga konsep yang dimodelkan dapat lebih ditingkatkan jenis generalisasinya dan dapat memberikan gambaran yang lebih umum dan luas mengenai CSR pada *Employee Engagement*, *Job Motivation* dan *Job Satisfaction*. Penelitian selanjutnya sebaiknya menambahkan variabel lain seperti kinerja ,agar dapat mengetahui pengaruh CSR terhadap variabel yang lebih berpengaruh lain seperti kinerja itu sendiri.

Karena variabel CSR mempunyai pengaruh positif pada *Employee Engagement*, *Job Motivation* dan *Job Satisfaction* maka sebaiknya lebih ditingkatkan lagi kegiatan CSR, karena kegiatan CSR adalah kegiatan yang positif serta mempunyai manfaat yang baik bagi pihak internal perusahaan terutama karyawan maupun Eksternal (*Stakeholder*).

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, Susan. 2012. Job Satisfaction as an Antecedent to Employee Engagement. School of Technology and Management: *SIES Journal of Management*
- Ardianto, E., Machfud, D., M. 2011. *Efek Kedermawanan Pebisnis dan CSR*. PT. Elek Media Komputindo. Jakarta
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Barakat, S .Issabella,G. Et, al. 2016 .The influence of corporate social responsibility on employee satisfaction. *Management Decision*. Vol. 54 Issue: 9, pp.2325-2339
- Bauman, C.W. and Skitka, L.J. 2012. Corporate social responsibility as a source of employee satisfaction. *Research in Organizational Behavior*, Vol. 32, pp. 63-86.
- Chaudary, R. 2017. Corporate social responsibility and employee engagement: can CSR help in redressing the engagement gap? *Social Responsibility Journal*, Vol. 13 Issue: 2, pp.323-338
- Crowther, D. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Guler Aras & Ventus Publishing ApS
- Csikszentmihalyi, M. and Hunter, J. 2003. Happiness in everyday life: the uses of experience sampling. *Journal of Happiness Studies*, Vol. 4 No. 2, pp. 185-199.
- Federman, Brad. 2009. *Employee Engagement: A Roadmap for Creating Profits, Optimizing Performance, and Increasing Loyalty*. San Francisco. Jossey-Bass A Wiley Imprint
- Ferreira, P. and de Oliveira, E.R. 2014. Does corporate social responsibility impact on employee engagement? *Journal of Workplace Learning*, Vol. 26 Nos 3/4, pp. 232-248.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi Ke 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Glavas, A. and Piderit, S.K. 2009. How Does Doing Good Matter? Effects of CorporateCitizenship on Employees. *Journal of Corporate Citizenship*, 2009, 51-70
- Hackman, J.R. and Oldham, G.R. 1980. *Work Redesign*. Addison- Wesley, Reading, MA.
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha ilmu
- Handoko, Hani. 2008. *Manajemen Sumber Daya Manusia edisi kedua*. Yogyakarta. Penerbit: BPFE
- Hasibuan, Malayu S. P. 2006. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi: Jakarta. Bumi Aksara.
- Husein, Umar. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Seri Desain

- IES. 2016. Report published in 2016: www.employment-studies.co.uk/report-summaries/report-summary-drivers-employee-engagement, diakses 13 April 2018.
- Jones, D.A. 2010. Does serving the community also serve the company? Using organizational identification and social exchange theories to understand employee responses to a volunteerism programme. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol. 83 No. 4, pp. 857-878.
- Kahn, W.A. 1990. Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, Vol. 33 No. 4, pp. 692-724.
- Locke, E.A. 1969. What is job satisfaction? *Organizational Behavior and Human Performance*, Vol. 4 No. 4, pp. 309-336.
- Locke, E.A. 1976. *The nature and causes of job satisfaction*. in Dunnette, M.D., Handbook of Industrial and Organizational Psychology, Rand McNally, Chicago, IL, pp. 1297-1349.
- Locke, E.A. & Henne, D. 1986. Work Motivation Theories. New York: Wiley
- Macey, W.H., Scheneider, B., Barbera, K. M. dan Young, S. A. 2009 . *Employee Engagement Tools for Analysis, Pratices, and Competitive Advantage*. Wiley- Blackwell, Malden, WA
- McWilliams, A. and Siegel, D. 2001. Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, Vol. 26 No. 1, pp. 117-127.
- Marciano, Paul L. 2010. *Carrots and Sticks Don't Work Build a Culture of Employee Engagement with the Principles of RESPECT*. Mexico: McGraw Hill
- Meyer, J.P., Becker, T.E. and Vandenberghe, C. 2000. Employee commitment and motivation: a conceptual analysis and integrative model. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 89 No. 6, pp. 991-1007.
- Minbaeva, D. 2008. HRM practices affecting extrinsic and intrinsic motivation of knowledge receivers and their effect on intra-MNC knowledge transfer. Working Paper No. 12.
- Pinder, Craig C. 2008. Work Motivation in Organizational Behavior. Psychology Press, New York
- Peterson, D.K. 2004. The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment. *Business & Society*, Vol. 43 No. 3, pp. 296-319.
- Philip Kotler and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility- Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Purnomo, Soleh. 2004. *The Achieving Society*. <http://kuliahkomunikasi.blogspot.com/2008/11/teori-motivasi-mcclelland-teori-dua.html> diakses 20 april 2018
- Prawira, A. 2010. Metodologi Penelitian Jilid 1. Jogyakarta: PT Grasindo
- Rahman. R, 2009. *Corporate Social Responsibility Antara Teori dan Kenyataan*. Jakarta, PT. Buku Kita
- Riordan, C.M., Gatewood, R.D. and Bill, J.B. 1997. Corporate image: employee reactions and implications for managing corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, Vol. 16 No. 4, pp. 401-412, doi: 10.1023/A:1017989205184
- Rivai.V. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*. Cetakan Pertama, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada
- Robbins, S.P, dan Judge, T. A. 2008. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Robinson, D., Hooker, H. and Hayday, S. 2007. *Engagement: The Continuing Story*. Institute for Employment Studies, London.

- Rutherford, D. G. 1990. *Hotel Management and Operations*. New York, NY: Van Nostrand Reinhold
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sagara, Y. 2014. *Pengaruh pelaporan dan penungkapan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan corporate social responsibility terhadap kualitas lingkungan hidup perusahaan manufaktur di Indonesia*. LP3M UIN Syarif Hidayatullah Jakarta,
- Saks, A.M. 2006. Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 21 No. 7, pp. 600-619.
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility: From Charity to Sustainability*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Sutrisno, Edy. 2011. *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta : KencanaThomas,
- Kenneth, W. 2009. *Intrinsic Motivation at Work: What Really Drives Employee Engagement*. California: Berrett-Kohler Publishers
- Untung, Hendrik. 2008. *Corporate Social Responsibility*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Weiss, H.M. 2002. Deconstructing job satisfaction: separating evaluations, beliefs and affective experiences. *Human Resource Management Review*, Vol. 12 No. 2, pp. 173-194.
- Wibisono, Yusuf. 2007. *Membedah Konsep dan Aplikasi CSR Corporate Social Responsibility*. Gresik : Fascho Publishing.
- Willard, B. 2004. *Teaching sustainability in business schools*. Greenleaf Publishing, Sheffield, pp. 268-281
- Yilmaz, et al. 2015. The Effect of Corporate Social Responsibility, Pride in Membership, Job Satisfaction, and Employee Engagement. *British Journal of Economics, Management, and Trade*
- Zainal. Veitzhal dkk. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk perusahaan: dari teori ke praktik*. Rajawali pers. Jakarta