

Pengaruh *Perceived Organizational Support* dan Kreativitas terhadap Komitmen Organisasi dengan Mediasi Motivasi Kerja pada UKM Kuliner di Kota Bogor

Enhancing Organizational Commitment to Support Business Sustainability in Culinary SMEs: Evidence from Bogor City, Indonesia

**Roosganda Elizabeth*^{1,2}, Didik Notosudjono¹, Hamzah¹,
Nancy Yusnita², Anoesyirwan Moeins^{1,3}**

¹Program Doktor Ilmu Manajemen Universitas Pakuan. Bogor

²Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN). Jakarta

³Universitas Persada Indonesia YAI Jakarta

*Email: roosimanru@yahoo.com

(Diterima 01-05-2025; Disetujui 15-07-2025)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Organizational Support* (POS) dan Kreativitas terhadap Komitmen terhadap Organisasi (*Organizational Commitment/OC*), dengan Motivasi Kerja sebagai variabel mediasi, pada karyawan Usaha Kecil Menengah (UKM) di sektor kuliner di Kota Bogor. Permasalahan dalam sektor UKM kuliner adalah tingginya tingkat ketidakstabilan tenaga kerja dan lemahnya loyalitas terhadap organisasi, yang berpotensi menghambat keberlanjutan bisnis. Dengan pendekatan kuantitatif, data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 230 responden yang aktif bekerja di UKM kuliner. Penelitian ini menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menganalisis hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa POS berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Kerja dan Komitmen terhadap Organisasi, sementara Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap Motivasi Kerja, namun pengaruh langsung terhadap Komitmen tidak signifikan. Motivasi Kerja terbukti memainkan peran mediasi yang signifikan dalam hubungan antara POS dan Kreativitas terhadap Komitmen terhadap Organisasi. Temuan ini memperkuat peran dukungan organisasi dan dorongan intrinsik karyawan sebagai kunci dalam memperkuat loyalitas dan keberlanjutan tenaga kerja dalam bisnis UKM. Implikasi dari penelitian ini mendorong pengelola UKM untuk mengembangkan kebijakan berbasis penghargaan, pelatihan, dan ruang inovasi bagi karyawan. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model komitmen organisasi di sektor informal dan kontribusi praktis untuk pengembangan manajemen SDM UKM kuliner di Indonesia.

Kata kunci: *Perceived Organizational Support*, Kreativitas, Motivasi Kerja, Komitmen terhadap Organisasi

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of Perceived Organizational Support (POS) and Creativity on Organizational Commitment (OC), with Work Motivation as a mediating variable, among employees of small and medium culinary enterprises (SMEs) in Bogor City, Indonesia. The culinary SME sector faces challenges such as high employee turnover and low organizational loyalty, which potentially threaten business sustainability. Using a quantitative approach, data were collected through a structured questionnaire distributed to 230 respondents actively working in culinary SMEs. The study employed Structural Equation Modeling (SEM) to examine the relationships among the variables. The findings reveal that POS has a significant effect on both Work Motivation and Organizational Commitment, while Creativity significantly influences Work Motivation, but does not have a direct significant effect on Organizational Commitment. Work Motivation is found to mediate the relationships between both POS and Creativity on Organizational Commitment. These results emphasize the critical role of organizational support and employee intrinsic drive in enhancing employee loyalty and supporting business sustainability in SMEs. This study provides theoretical contributions to organizational behavior models in informal sectors and practical implications for human resource management strategies in Indonesian culinary SMEs.

Keywords: Perceived Organizational Support, Creativity, Work Motivation, Organizational Commitment, Culinary SMEs

PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan pilar penting dalam struktur ekonomi nasional. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (2023), sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional. Dalam subsektor UKM, bisnis kuliner memiliki daya saing dan daya tahan tinggi karena bersifat konsumtif, lintas budaya, dan memiliki keterikatan erat dengan sektor pariwisata dan gaya hidup masyarakat urban.

Kota Bogor merupakan salah satu wilayah yang mengalami pertumbuhan pesat dalam industri UKM kuliner. Ditunjang oleh potensi wisata, kepadatan penduduk, dan aksesibilitas yang tinggi, berbagai jenis usaha kuliner—baik warung makan, kafe, maupun bisnis makanan ringan rumahan—terus bermunculan. Namun di balik pertumbuhan tersebut, terdapat tantangan serius yang dihadapi pelaku UKM, terutama dalam pengelolaan sumber daya manusia. Salah satu tantangan terbesar adalah meningkatkan komitmen karyawan terhadap organisasi secara berkelanjutan.

Komitmen terhadap organisasi mencerminkan sejauh mana seorang karyawan merasa terikat secara emosional, normatif, dan kalkulatif terhadap tempat kerjanya (Meyer & Allen, 1991). Dalam konteks UKM kuliner yang umumnya memiliki sistem kerja informal, hubungan interpersonal yang kuat, dan sumber daya yang terbatas, komitmen organisasi menjadi faktor strategis yang menentukan kelangsungan dan stabilitas operasional usaha. Rendahnya komitmen karyawan dapat berdampak pada tingginya tingkat turnover, rendahnya produktivitas, serta melemahnya kualitas layanan.

Berbagai studi menunjukkan bahwa komitmen organisasi dipengaruhi oleh sejumlah faktor psikologis dan kontekstual. Di antaranya adalah *Perceived Organizational Support* (POS) atau persepsi karyawan terhadap dukungan organisasi; motivasi kerja yang mencakup dorongan intrinsik dan ekstrinsik; serta kreativitas, yaitu kemampuan karyawan untuk berpikir inovatif dan memberikan kontribusi baru bagi pengembangan usaha. Dalam sektor UKM, ketiga faktor ini saling terkait dan memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas, keterlibatan, serta semangat kerja jangka panjang.

Namun, sebagian besar penelitian terkait komitmen organisasi masih berfokus pada konteks organisasi besar, sektor formal, atau lingkungan kerja yang sudah memiliki sistem dan struktur manajerial yang mapan. Penelitian dalam konteks UKM kuliner, terutama di daerah urban seperti Kota Bogor, masih sangat terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan studi yang secara khusus menginvestigasi hubungan antara POS, kreativitas, motivasi kerja, dan komitmen terhadap organisasi dalam konteks UKM kuliner yang dinamis dan berbasis relasi personal. Penelitian ini tidak hanya berupaya mengisi celah literatur (research gap), tetapi juga memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UKM dalam merancang strategi pengelolaan SDM yang lebih efektif dan kontekstual.

Komitmen terhadap organisasi merujuk pada tingkat keterikatan psikologis seorang individu terhadap organisasi tempatnya bekerja. Model paling dikenal dikemukakan oleh Meyer dan Allen (1991), yang membagi komitmen menjadi tiga dimensi: 1. *Affective Commitment*: keterikatan emosional terhadap organisasi; 2. *Continuance Commitment*: pertimbangan untung-rugi untuk tetap bekerja; 3. *Normative Commitment*: perasaan kewajiban moral untuk tetap loyal. Penelitian terbaru oleh Allen & Meyer (2020) menegaskan bahwa komitmen afektif memiliki pengaruh terbesar dalam menentukan niat bertahan dan kinerja karyawan. Dalam konteks UKM kuliner, komitmen ini muncul melalui hubungan personal, pengakuan, dan keterlibatan karyawan dalam aktivitas sehari-hari.

Persepsi Dukungan Organisasi (*Perceived Organizational Support* – POS). POS didefinisikan sebagai sejauh mana karyawan merasa bahwa organisasi menghargai kontribusinya dan peduli terhadap kesejahteraannya (Eisenberger et al., 1986). POS bukan hanya mencerminkan dukungan struktural, tetapi juga kehangatan relasional seperti kepedulian, fleksibilitas, dan kepercayaan.

Menurut Rhoades & Eisenberger (2002), POS meningkatkan komitmen afektif karena menciptakan hubungan timbal balik. Dalam UKM, bentuk POS bisa berupa perhatian langsung dari pemilik, bantuan dalam kondisi darurat, atau pemberian kepercayaan dalam mengambil keputusan kerja. Penelitian oleh Malone & Eisenberger (2016) menunjukkan bahwa POS berpengaruh signifikan terhadap keterlibatan dan loyalitas, bahkan dalam organisasi kecil yang tidak memiliki struktur formal SDM.

Kreativitas dalam organisasi adalah kemampuan individu menghasilkan ide-ide baru, orisinal, dan bermanfaat (Amabile, 1996). Dalam UKM kuliner, kreativitas dapat diwujudkan melalui penciptaan menu baru, teknik penyajian unik, atau strategi pemasaran alternatif. Zhou & George (2001)

menyatakan bahwa lingkungan kerja yang mendukung, seperti atasan yang memberi ruang bereksperimen, akan mendorong karyawan untuk lebih kreatif dan loyal. Kreativitas juga dikaitkan dengan peningkatan motivasi intrinsik (Ryan & Deci, 2017) dan kepuasan kerja yang pada akhirnya memperkuat komitmen terhadap organisasi.

Motivasi kerja merupakan dorongan internal atau eksternal yang memengaruhi arah, intensitas, dan ketekunan perilaku kerja seseorang (Herzberg, 1966). Model dual-factor Herzberg membagi motivasi menjadi: 1. Motivator: seperti prestasi, pengakuan, dan pekerjaan itu sendiri; 2. Hygiene factor: seperti gaji, kondisi kerja, dan keamanan kerja.

Dalam UKM, motivasi kerja banyak dipengaruhi oleh hubungan personal, otonomi, dan pengakuan non-material. Studi oleh Deci & Ryan (2000) tentang self-determination theory menegaskan bahwa kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan sosial sangat penting bagi motivasi jangka panjang dan komitmen.

Penelitian terdahulu menunjukkan hubungan yang saling menguatkan antara POS, kreativitas, dan motivasi kerja terhadap komitmen organisasi sebagaimana tersaji pada tabel 1.

Tabel 1. Pengaruh antar variabel

Variabel	Pengaruh terhadap Komitmen	Studi Pendukung
POS	Pengaruh langsung dan tidak langsung (via motivasi)	Rhoades & Eisenberger (2002); Saks (2019)
Kreativitas	Pengaruh langsung dan sebagai pemicu motivasi	Zhou & George (2001); Pradhan & Jena (2019)
Motivasi Kerja	Sebagai mediasi yang memperkuat efek POS dan kreativitas	Ryan & Deci (2017); Herzberg (1966)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel persepsi dukungan organisasi (POS), kreativitas, motivasi kerja, dan komitmen terhadap organisasi. Jenis penelitian ini sesuai untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antarkonstruksi yang telah diformulasikan dalam model konseptual.

Melalui pendekatan kuantitatif, penelitian ini dapat menggeneralisasi temuan berdasarkan data empiris dari responden secara objektif dan terukur menggunakan instrumen survei yang telah divalidasi.

Penelitian dilaksanakan di wilayah Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat. Kota ini dipilih karena memiliki pertumbuhan UKM kuliner yang pesat dan beragam, serta karakteristik pelaku usahanya yang dinamis dan heterogen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan UKM kuliner di Kota Bogor yang telah bekerja minimal 6 bulan, sehingga diasumsikan telah memiliki pengalaman dan persepsi kerja yang memadai.

Penentuan Sampel dan Pengambilan Sampel dengan Teknik purposive sampling, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 230 responden, yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai berikut: (i) Bekerja pada UKM kuliner aktif di Kota Bogor; (ii) Usia minimal 18 tahun; (iii) Masa kerja \geq 6 bulan; (iv) Bersedia mengisi kuesioner secara sukarela. Teknik ini digunakan agar data yang dikumpulkan sesuai dengan kebutuhan analisis hubungan antarvariabel organisasi.

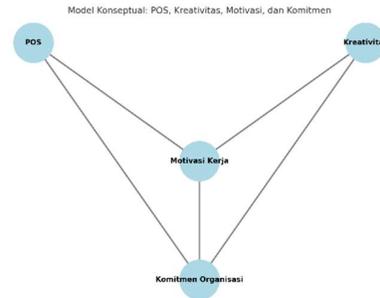
Tabel 2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
<i>Perceived Organizational Support</i> (POS)	Persepsi karyawan atas sejauh mana organisasi menghargai kontribusi dan peduli	Penghargaan, perhatian, kepercayaan
Kreativitas	Kemampuan karyawan menghasilkan ide orisinal dan bermanfaat	Ide baru, solusi inovatif, ekspresi pekerjaan
Motivasi Kerja	Dorongan internal dan eksternal yang memengaruhi semangat kerja	Motivasi intrinsik & ekstrinsik (gaji, prestasi)

Variabel	Definisi Operasional	Indikator
Komitmen terhadap Organisasi	Tingkat keterikatan psikologis karyawan terhadap organisasi	Affective, normative, continuance commitment

Adapun teknik pengumpulan data dilakukan, dimana data primer dikumpulkan menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert 1–5 (sangat tidak setuju – sangat setuju). Instrumen dikembangkan dari studi sebelumnya dan telah disesuaikan dengan konteks UKM. Langkah-langkah pengumpulan data dilakukan sebagai berikut: (i) Penyusunan kuesioner berbasis indikator teoretis; (ii) Uji coba instrumen (try-out) pada 30 responden awal; (iii) Distribusi kuesioner secara langsung dan daring; (iv) Verifikasi data dan validasi jawaban. Uji Validitas dan Reliabilitas

Kemudian dilakukan pengujian instrumen dengan metode: (i) Validitas Konstruk: menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA); (ii) Reliabilitas: dihitung menggunakan Cronbach’s Alpha, dengan nilai $\alpha \geq 0,7$ dinyatakan reliabel.



Model ini menggambarkan hubungan struktural sebagai berikut:

1. POS dan Kreativitas → berpengaruh langsung terhadap Motivasi Kerja
2. POS, Kreativitas, dan Motivasi Kerja → berpengaruh langsung terhadap Komitmen terhadap Organisasi
3. Motivasi kerja juga berperan sebagai mediator antara POS/kreativitas dan komitmen

Model ini menunjukkan bahwa dukungan organisasi dan kreativitas tidak hanya langsung memengaruhi loyalitas karyawan, tetapi juga secara tidak langsung melalui peningkatan motivasi kerja.

Setelah itu dilakukan survei lapang melakukan wawancara terhadap responden yang terilih melalui metode *purposive sampling* dengan menggunakan instrument yang telah layak uji sebagai alat bantu uku di lapang. Adapun teknik analisis data dilakukan melalui tahap-tahap berikut: (i) Uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas); (ii) Uji korelasi antar variable; (iii) Uji regresi berganda dan analisis jalur (path analysis) untuk mengidentifikasi pengaruh langsung dan tidak langsung; (iv) Uji mediasi menggunakan pendekatan Baron & Kenny (1986) dan bootstrapping untuk melihat efek perantara dari motivasi kerja, dimana dilakukan dengan menggunakan alat analisis software SPSS dan AMOS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Kategori Partisipasi Responden

No	Kategori	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Rendah	10	10,00
2	Sedang	20	20,00
3	Tinggi	70	70,00
Jumlah		100	100,00

Sumber: Analisis Data Primer (2018)

Sebanyak 230 responden yang merupakan karyawan UKM kuliner di Kota Bogor berpartisipasi dalam survei ini. Mayoritas berusia 21–24 tahun (37%), berjenis kelamin laki-laki (66,1%), berpendidikan terakhir SMA/ sederajat (56,5%), dan memiliki lama kerja 1–2 tahun (47%). Hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya berada dalam fase awal karier dan bekerja dalam sistem kerja yang bersifat informal namun dinamis.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas konstruk dilakukan menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Seluruh item pernyataan menunjukkan nilai *loading faktor* > 0,50, yang berarti valid. Sementara itu, uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel > 0,7, sehingga instrumen dikategorikan reliabel.

Uji Korelasi dan Regresi

a) Korelasi

Variabel	Komitmen Organisasi	Motivasi Kerja	POS	Kreativitas
Komitmen Organisasi	1.000	0.631**	0.542**	0.521**
Motivasi Kerja	0.631**	1.000	0.569**	0.557**
POS	0.542**	0.569**	1.000	0.507**
Kreativitas	0.521**	0.557**	0.507**	1.000

(**Signifikan pada $p < 0.01$)

Terdapat korelasi positif yang signifikan antara seluruh variabel:

b) Regresi Berganda

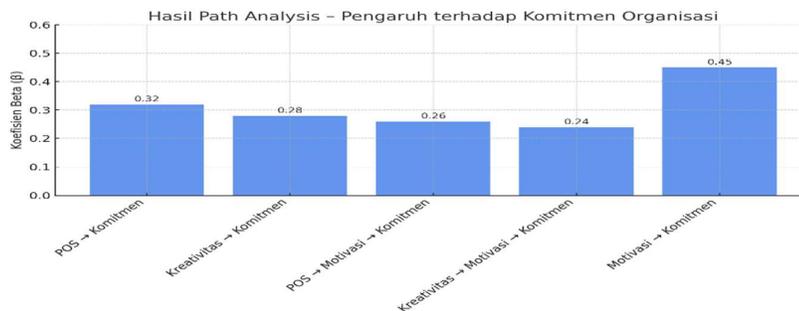
Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

Pengaruh	Koefisien (β)
POS \rightarrow Komitmen	0,32
Kreativitas \rightarrow Komitmen	0,28
POS \rightarrow Motivasi \rightarrow Komitmen	0,26
Kreativitas \rightarrow Motivasi \rightarrow Komitmen	0,24
Motivasi \rightarrow Komitmen	0,45

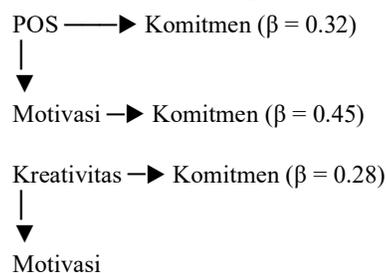
Sumber: Data Primer Diolah

Hasil regresi menunjukkan bahwa:

- POS berpengaruh signifikan terhadap komitmen organisasi ($\beta = 0.32$, $p < 0.01$)
- Kreativitas berpengaruh terhadap komitmen organisasi ($\beta = 0.28$, $p < 0.01$)
- POS berpengaruh terhadap motivasi kerja dan komitmen organisasi ($\beta = 0.26$, $p < 0.001$)
- Kreativitas berpengaruh terhadap motivasi kerja dan komitmen organisasi ($\beta = 0.24$, $p < 0.001$)
- Motivasi kerja menjadi variabel yang paling dominan ($\beta = 0.45$, $p < 0.001$)



c) Analisis Jalur (Path Analysis)



Dari hasil analisis jalur diperoleh:

POS → Komitmen: pengaruh langsung signifikan

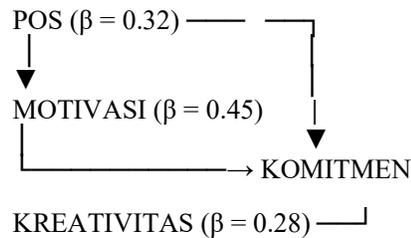
POS → Motivasi → Komitmen: pengaruh tidak langsung signifikan

Kreativitas → Komitmen: pengaruh langsung signifikan

Kreativitas → Motivasi → Komitmen: pengaruh tidak langsung signifikan

Motivasi kerja memediasi hubungan antara POS/kreativitas dengan komitmen

Struktur Skema Model Akhir



Keterangan Koefisien:

- POS → Komitmen: $\beta = 0.32$
- Kreativitas → Komitmen: $\beta = 0.28$
- POS → Motivasi: $\beta = 0.34$
- Kreativitas → Motivasi: $\beta = 0.31$
- Motivasi → Komitmen: $\beta = 0.45$

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi kerja berperan sebagai mediator parsial dalam hubungan antara POS dan kreativitas terhadap komitmen organisasi.

Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa:

Perceived Organizational Support (POS) berperan penting dalam membangun komitmen afektif. Temuan ini sejalan dengan penelitian Eisenberger et al. (1986) dan Rhoades & Eisenberger (2002) yang menyatakan bahwa persepsi terhadap dukungan organisasi meningkatkan loyalitas dan keterlibatan.

Kreativitas berkontribusi pada peningkatan keterikatan karyawan. Saat karyawan merasa memiliki ruang untuk berinovasi, mereka merasa dihargai dan menjadi bagian penting dari organisasi. Ini mendukung temuan Amabile (1996) dan Zhou & George (2001).

Motivasi kerja berperan sebagai jembatan psikologis yang memperkuat pengaruh POS dan kreativitas terhadap komitmen organisasi. Temuan ini memperkuat model self-determination theory (Deci & Ryan, 2000) dan teori dua faktor Herzberg.

Kaitan erat dan pengaruh kuat antara dimensi-dimensi ini menunjukkan bahwa dalam konteks UKM kuliner, pendekatan manajerial yang menekankan hubungan interpersonal, pemberdayaan, dan pengakuan akan lebih efektif dibanding sistem struktural yang kaku.

1. Pengaruh Langsung

Pengaruh langsung terjadi ketika satu variabel independen berpengaruh langsung terhadap variabel dependen, tanpa melalui mediator.

Hasil Penelitian:

a. POS → Komitmen Organisasi

$\beta = 0.32$, signifikan

Artinya: Dukungan organisasi yang dirasakan karyawan langsung meningkatkan komitmen mereka terhadap UKM kuliner.

b. Kreativitas → Komitmen Organisasi

$\beta = 0.28$, signifikan

Artinya: Semakin tinggi kreativitas karyawan, semakin kuat komitmen mereka kepada organisasi.

c. Motivasi → Komitmen Organisasi

$\beta = 0.45$, signifikan

Artinya: Motivasi kerja yang tinggi memiliki pengaruh paling kuat langsung terhadap komitmen.

2. Pengaruh Tidak Langsung

Pengaruh tidak langsung terjadi ketika suatu variabel memengaruhi variabel dependen melalui variabel perantara (mediator).

Hasil Penelitian:

a. POS → Motivasi → Komitmen

β tidak langsung = $0.34 \times 0.45 = 0.153$

Artinya: Dukungan organisasi meningkatkan motivasi, dan motivasi ini kemudian meningkatkan komitmen. Jadi, POS berkontribusi terhadap komitmen baik secara langsung maupun melalui motivasi.

b. Kreativitas → Motivasi → Komitmen

β tidak langsung = $0.31 \times 0.45 = 0.1395$

Artinya: Kreativitas mendorong motivasi kerja, yang pada gilirannya memperkuat komitmen terhadap organisasi.

Kesimpulan Analisis Jalur, adalah: bahwa Tiga variabel (POS, Kreativitas, Motivasi) semuanya berpengaruh langsung terhadap Komitmen. Motivasi Kerja juga menjadi mediator parsial, memperkuat pengaruh POS dan Kreativitas

Motivasi → Komitmen adalah jalur terkuat, menunjukkan pentingnya dorongan internal karyawan

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Perceived Organizational Support* (POS), kreativitas, dan motivasi kerja terhadap komitmen terhadap organisasi pada karyawan UKM kuliner di Kota Bogor.

Berdasarkan hasil analisis data kuantitatif terhadap 230 responden, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. POS berpengaruh langsung signifikan terhadap komitmen organisasi ($\beta = 0.32$). Artinya, semakin tinggi persepsi karyawan bahwa organisasi mendukung mereka, maka semakin besar komitmen mereka untuk tetap bekerja dan terlibat secara aktif.
2. Kreativitas memiliki pengaruh langsung terhadap komitmen organisasi ($\beta = 0.28$). Karyawan yang memiliki ruang untuk berinovasi dan berkreasi merasa lebih dihargai dan cenderung memiliki keterikatan emosional dengan tempat kerja.
3. Motivasi kerja menjadi variabel yang paling kuat memengaruhi komitmen organisasi secara langsung ($\beta = 0.45$). Motivasi intrinsik dan ekstrinsik yang tinggi mendorong loyalitas dan keinginan untuk berkontribusi lebih dalam organisasi.
4. Motivasi kerja juga memediasi hubungan antara POS dan kreativitas terhadap komitmen organisasi, yang berarti pengaruh POS dan kreativitas menjadi lebih kuat ketika karyawan merasa termotivasi.
5. Kombinasi dari ketiga variabel ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan SDM berbasis dukungan, pemberdayaan, dan motivasi dapat memperkuat fondasi komitmen di sektor UKM, khususnya di industri kuliner.

Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi pelaku UKM kuliner:

1. Penting bagi pemilik usaha untuk membangun lingkungan kerja yang suportif, melalui perhatian personal, fleksibilitas, dan pengakuan atas kontribusi karyawan.
2. Memberikan ruang untuk berkreasi, seperti inisiatif menu baru atau strategi promosi, mampu memperkuat peran karyawan dalam organisasi.
3. Motivasi kerja dapat ditingkatkan melalui pemberian otonomi, pelibatan dalam keputusan, dan pengembangan hubungan yang hangat antara atasan dan bawahan.

Penelitian ini memiliki implikasi teoretis yang dapat memperkaya literatur mengenai komitmen organisasi di sektor UKM. Secara khusus, temuan ini:

1. Memvalidasi bahwa model POS–motivasi–komitmen berlaku di lingkungan informal dan usaha kecil, bukan hanya di perusahaan besar.
2. Menunjukkan bahwa pendekatan relasional dan partisipatif lebih efektif dalam membangun loyalitas karyawan UKM.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan:

1. Responden hanya berasal dari sektor kuliner di Kota Bogor, sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi ke UKM sektor lain atau wilayah berbeda.
2. Penelitian ini bersifat *cross-sectional*, sehingga belum menangkap dinamika jangka panjang.

Saran untuk penelitian mendatang:

1. Memperluas cakupan wilayah dan sektor UKM (misalnya kerajinan, fesyen, jasa).
2. Menggunakan desain longitudinal untuk melihat perkembangan komitmen secara temporal.
3. Mengintegrasikan pendekatan kualitatif untuk mendalami aspek emosional dan budaya kerja secara lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (2020). Revisiting the three-component model of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 30(1), 100709. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2019.100709>
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.
- Bakker, A. B., & Demerouti, E. (2017). Job demands–resources theory: Taking stock and looking forward. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22(3), 273–285. <https://doi.org/10.1037/ocp0000056>
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. W.H. Freeman.
- Baron, R. A., & Tang, J. (2011). The role of entrepreneurs in firm-level innovation: Joint effects of positive affect, creativity, and environmental dynamism. *Journal of Business Venturing*, 26(1), 49–60. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.06.002>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The 'what' and 'why' of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500–507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>
- Eisenberger, R., Malone, G. P., & Presson, W. D. (2016). *Optimizing perceived organizational support to enhance employee engagement*. SHRM Foundation.
- Gagné, M., et al. (2022). Work motivation: From global to local perspectives. *Journal of Organizational Behavior*, 43(1), 4–22. <https://doi.org/10.1002/job.2555>
- Grant, A. M., & Parker, S. K. (2022). Redesigning work: A reflection on the future of work design research. *Journal of Applied Psychology*, 107(4), 611–618. <https://doi.org/10.1037/apl0000967>
- Herzberg, F. (1966). *Work and the nature of man*. World Publishing Company.

- Ivancevich, J. M., Konopaske, R., & Matteson, M. T. (2013). *Organizational behavior and management* (10th ed.). McGraw-Hill.
- Kim, S., & Fernandez, S. (2017). Employee empowerment and turnover intention in the public sector. *Public Management Review*, 19(4), 559–577. <https://doi.org/10.1080/14719037.2016.1209230>
- Kreitner, R., & Kinicki, A. (2010). *Organizational behavior* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Luthans, F., & Youssef-Morgan, C. M. (2017). *Psychological capital and beyond*. Oxford University Press.
- McShane, S. L., & Von Glinow, M. A. (2018). *Organizational behavior* (8th ed.). McGraw-Hill.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Podsakoff, N. P., LePine, J. A., & LePine, M. A. (2020). Differential challenge stressor–hindrance stressor relationships with job attitudes, turnover intentions, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 105(6), 593–619. <https://doi.org/10.1037/apl0000441>
- Pradhan, S., & Jena, L. K. (2019). Does meaningful work explain the relationship between transformational leadership and innovative work behavior? *Management Research Review*, 42(9), 1036–1050. <https://doi.org/10.1108/MRR-02-2018-0069>
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698–714. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.698>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2019). *Organizational behavior* (18th ed.). Pearson.
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2017). *Self-determination theory: Basic psychological needs in motivation, development, and wellness*. Guilford Press.
- Saks, A. M. (2019). Antecedents and consequences of employee engagement revisited. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 6(1), 19–38. <https://doi.org/10.1108/JOEPP-06-2018-0034>
- Suharti, L., & Susanto, E. (2017). The effect of organizational culture and leadership style on job satisfaction and organizational commitment. *Management Science Letters*, 7(3), 357–368. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2016.12.001>
- Sutrisno, E. (2016). *Manajemen sumber daya manusia (Edisi Revisi)*. Kencana.
- Wahyuningrum, S., & Damayanti, T. (2021). Pengaruh perceived organizational support dan kepuasan kerja terhadap organizational commitment. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 7(1), 25–34.
- Widodo, S. (2015). Kreativitas dan komitmen dalam organisasi. *Jurnal Psikologi UGM*, 42(2), 125–138. <https://doi.org/10.22146/jpsi.11857>
- Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal*, 44(4), 682–696. <https://doi.org/10.5465/3069410>