

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Perusahaan ialah suatu unit kegiatan produksi yang mengelola sumber-sumber ekonomi untuk menyediakan barang dan jasa bagi masyarakat dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan agar dapat memuaskan kebutuhan masyarakat. Hal ini disebabkan karena ‘ kebutuhan ‘ manusia tidak bisa digunakan secara langsung dan harus melewati sebuah ‘ proses ‘ di suatu tempat, sehingga inti dari perusahaan ialah ‘ tempat melakukan proses ‘ sampai bisa langsung digunakan oleh manusia. Proses tersebut merupakan barang yang sudah siap dikonsumsi, perusahaan memerlukan bahan-bahan dan faktor pendukung lainnya, seperti bahan baku, bahan pembantu, peralatan dan tenaga kerja. Untuk memperoleh bahan baku dan bahan pembantu serta tenaga kerja dikeluarkan sejumlah biaya yang disebut biaya produksi. Secara umum, jasa adalah pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasar mata dan satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Untuk menghasilkan jasa mungkin perlu atau mungkin juga tidak perlu penggunaan barang yang berwujud. Walaupun diperlukan barang berwujud, akan tetapi tidak terdapat pemindahan hak milik atas benda tersebut.

Hasil dari kegiatan produksi adalah barang atau jasa, barang atau jasa inilah yang akan dijual untuk memperoleh kembali biaya yang dikeluarkan. Jika hasil penjualan barang atau jasa lebih besar dari biaya yang dikeluarkan maka perusahaan tersebut memperoleh keuntungan dan sebaliknya jika hasil jumlah hasil penjualan barang atau jasa lebih kecil dari jumlah biaya yang dikeluarkan maka perusahaan tersebut akan mengalami kerugian. Dengan demikian dalam menghasilkan barang perusahaan menggabungkan beberapa faktor produksi untuk mencapai tujuan yaitu keuntungan.

Barang dan jasa adalah suatu produk fisik yang berbentuk wujud (*tangible*) yang dapat diberikan pada seorang pembeli dan melibatkan perpindahan kepemilikan dari penjual ke pelanggan. Barang memiliki ciri – ciri yaitu berwujud, memiliki nilai dan bermanfaat yang dapat dirasakan saat digunakan dan bila digunakan, nilai, manfaat dan bendanya sendiri dapat berkurang atau bahkan habis. Menurut Philip Kotler jasa adalah setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik.

Karyawan merupakan aset terpenting dan salah satu sumber daya yang diandalkan oleh perusahaan, bila sumber daya manusia tidak berjalan dengan optimal maka perusahaan tidak dapat mencapai tujuan dan tidak akan berlangsung dengan baik. Dalam melaksanakan aktivitas kerja dalam suatu

perusahaan, dimana produktivitas setiap karyawan akan dipengaruhi oleh bagaimana komitmen mereka terhadap perusahaan di tempat mereka bekerja. Setiap karyawan dapat memiliki penghayatan yang beragam terhadap perusahaan tempat mereka bekerja yang ditampilkan dalam bentuk sikap dan perilaku yang mencerminkan komitmen terhadap organisasi atau perusahaan tempat karyawan bekerja (Mowday & Steers.1982).

PT. "X" didirikan di Indonesia pada tahun 2002 dan merupakan cabang dari sebuah perusahaan yang berkantor pusat di Malaysia. PT. "X" ini adalah sebuah perusahaan network marketing atau multi-level marketing yang mempunyai perizinan yang lengkap, mempunyai *track record* yang baik dan didukung oleh sebuah perusahaan besar dengan permodalan yang kuat.

PT. "X" merupakan perusahaan yang memasarkan produk herbal. Produk herbal mampu menjaga kesehatan individu dari serangan penyakit yang diakibatkan oleh jamur, virus dan bakteri. serta mampu meningkatkan kekebalan tubuh. Produk ini berguna untuk meningkatkan sistem metabolisme tubuh, menjaga stamina, mental dan fisik serta untuk menunda penuaan. PT "X" ini mempunyai sistem pemasaran produk mempergunakan sistem pemasaran jaringan atau multi-level marketing (MLM).

MLM merupakan sebuah bisnis dengan sistem efisiensi pada jalur distribusi dan promosi. Cara memasarkan adalah orang yang sudah menjadi member dapat dikatakan sebagai karyawan di perusahaan MLM menjadi pemakai produk yang di keluarkan oleh perusahaan dan kemudian di promosikan kepada orang lain agar menggunakan produk tersebut. Berbeda

dengan bisnis retail dimana perusahaan lain mempunyai divisi marketing dan mempunyai tugasnya masing-masing. Keuntungan dari jalur distribusi dan promosi akan menjadi keuntungan perusahaan MLM dan bagi anggota yang mampu menjual produk akan memperoleh bonus-bonus sesuai dengan sistem yang telah ditetapkan oleh perusahaan MLM. PT. “X” ini pun berbeda dengan perusahaan MLM yang lainnya, PT. “X” ini hanya menugaskan kepada membernya untuk mencari dua orang saja agar bisa bergabung dengan perusahaan. Tidak seperti perusahaan lain yang harus mencari orang sebanyak-banyaknya untuk bergabung dengan perusahaan.

PT. “X” adalah perusahaan yang pertama membuat terobosan terbaru di sistem marketing kepada anggotanya yaitu, sistem pembayaran bonus harian tanpa syarat, pembayaran bonus yang besar, aman, jangka panjang serta dapat diwariskan kepada anggota keluarganya. Pada PT. “X” juga tidak ada sistem pengeluaran karyawan, karena karyawan dapat keluar dari perusahaan tanpa harus membuat surat *resign*. Karyawan pun dapat bekerja kapan saja dan dengan waktu sesuai dengan keinginannya, karena tidak ada batasan waktu untuk bekerja.

PT. “X” ini mempunyai ribuan anggota MLM. Setiap anggota mempunyai tugas yang sama dengan cara menawarkan produk kepada orang – orang, jika orang tersebut tertarik dengan produk yang mereka tawarkan dengan begitu orang tersebut pun menjadi anggota dalam perusahaan PT. “X” tersebut.

Tingkatan dalam keanggotaan di MLM ini adalah *Member, Leader, Top Leader, Leader Comite*. Tahapan pertama disebut *Member*, yaitu orang yang baru bergabung di dalam perusahaan dan orang tersebut di tugaskan untuk mencari *downline* minimal dua orang. *Downline* adalah orang yang diajak oleh member untuk masuk ke dalam perusahaan. Jika member sudah mendapatkan *downline*, member tidak perlu untuk mencari orang lain lagi untuk ikut bergabung ke dalam perusahaan. Tahapan kedua yaitu *Leader* adalah orang yang sudah mempunyai *downline* sudah bisa disebut *Leader*. Tugas *Leader* yang sudah mempunyai *downline* adalah membina ke dua orang tersebut agar dua orang itu bisa mendapatkan orang lagi untuk di ajak bergabung.

Kemudian yang ketiga yaitu *Top Leader* adalah orang yang sudah mempunyai *downline* minimal 5 kaki (10 orang) di bawahnya, dan harus mengikuti *training* dan *gathering meeting*. Tugas *Top Leader* adalah memberikan masukan kepada *Leader*, mendatangi setiap *home prospek* para *Leadernya* dan juga memberikan masukan bagaimana cara untuk mengajak orang lain untuk ikut bergabung dengan perusahaan. Mereka juga harus memberitahu kepada para member baru jika sudah ada yang berhasil. *Top Leader* juga harus memberikan seminar-seminar kepada calon member agar mereka tertarik untuk ikut bergabung dengan perusahaan. *Top Leader* dapat meyakinkan calon-calon *Member* dengan memberikan seminar, agar mereka tertarik dengan cara kerja yang di berikan oleh perusahaan. *Top Leader* juga memberikan motivasi dan mendorong para *Leader* dan *Member* lebih

semangat untuk mencari *downline* dan *Top Leader* memberikan pembelajaran bagaimana cara mendapatkan keuntungan pada zaman sekarang.

Home prospect adalah tempat yang digunakan para anggota untuk menjelaskan profil perusahaan dan cara-cara mengajak orang lain untuk ikut bergabung, lalu menjelaskan pembagian penghasilan yang didapatkan jika ikut bergabung. Kemudian, untuk bisa menjadi *Leader Comite* adalah membangun seminar ke setiap daerah dengan orang awam dan memberikan motivasi kepada seluruh member.

Syarat-syarat untuk bisa menjadi *Member* yaitu dengan hanya ikut bergabung dan membeli produk dari perusahaan. Kemudian syarat untuk menjadi *Leader* yaitu hanya dengan mencari dua orang yang ikut bergabung dalam perusahaan. Untuk menjadi *Top Leader* yaitu syaratnya sudah mempunyai *downlie* minimal 5 kaki (10 orang) di bawahnya, dan harus mengikuti *training* dan *gathering meeting*. Kemudian untuk menjadi *Leader Comite* yaitu, harus bisa seminar ke tiap daerah seluruh indonesia dan memberi motivasi kepada *Member*, *Leader* maupun *Top Leader*, agar mereka lebih bersemangat dalam bekerja.

Penghasilan yang di dapat oleh para anggota itu tergantung seberapa banyak dia mengambil paket. Satu paket itu adalah Rp.550.000,- . Orang yang ingin bergabung dalam perusahaan diwajibkan untuk mengambil paket tersebut, paket itu berisi 7 botol, melia biang 2 (untuk semprot di bawah lidah). Orang yang ingin bergabung bebas untuk mengambil berapa paket, jika ingin mengambil dua paket, tinggal dikalikan dua. Jika kita mengambil satu

paket, kita bisa mendapatkan keuntungan Rp.780.000,- . Uang tersebut bisa di dapatkan jika kita sudah bisa mengajak orang lain untuk bergabung dan uang tersebut bisa dicairkan, apabila orang yang diajak sudah mempunyai 10 paket. Setiap mengajak orang lain akan mendapatkan bonus Rp.100.000,-/orang dan uang tersebut bisa langsung ambil.

Produk pada PT. "X" mempunyai produk yang berkualitas sehingga memudahkan para anggotanya untuk mempromosikan kepada calon anggota. Dengan begitu para anggotanya tidak perlu takut dengan produk yang di tawarkan. Bekerja sebagai MLM di PT."X" sangat santai, tidak ditentukan waktu untuk bekerja dan dapat bekerja sesuai dengan keinginan.

Meyer & Allen (1997), komitmen organisasi adalah gambaran hubungan secara psikologis antara pekerja dengan organisasi dan mengakibatkan pekerja tersebut memutuskan untuk tetap menjadi anggota dari organisasi meskipun mengalami kesulitan dan masalah dalam pekerjaannya, karyawan bekerja secara teratur, mau bekerja lembur, melindungi aset organisasi dan ikut serta dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Anggota yang memiliki komitmen organisasi akan berusaha untuk ikut berkontribusi dalam kegiatan-kegiatan yang ada di perusahaan dan mencapai target untuk memajukan perusahaan. Sementara itu, anggota yang tidak memiliki komitmen cenderung tidak begitu mempedulikan perusahaan PT. "X", seperti tidak peduli dengan kegiatan yang diadakan oleh perusahaan, anggota hanya menjual produk-produk.

Terdapat tiga komponen *commitment* yaitu, *affective commitment*, *continuance commitment*, dan *normative commitment*. *Affective commitment* berkaitan dengan hubungan emosional terhadap organisasinya, identifikasi dengan organisasinya, dan keterlibatan anggota dalam kegiatan organisasinya. Anggota MLM yang memiliki *affective commitment* yang kuat akan tetap bertahan karena menginginkan tetap menjadi bagian di perusahaan. *Continuance commitment* yaitu tidak adanya alternatif pilihan kecuali tetap bertahan dalam organisasi, karena anggota organisasi akan mengalami kerugian jika meninggalkan organisasi. Anggota MLM yang memiliki *continuance commitment* yang kuat akan tetap bertahan karena mereka merasa butuh bekerja di tempat tersebut dan akan merasa rugi apabila meninggalkan perusahaan. *Normative commitment* berasal dari keyakinan seseorang untuk bertanggung jawab dan merasa wajib untuk tetap bertahan dalam organisasi. Anggota MLM yang memiliki *normative commitment* yang kuat mereka akan tetap bertahan karena merasa dirinya memang seharusnya bekerja disana dan mengabdikan kepada perusahaan. Menurut Meyer & Allen, terdapat beberapa konsekuensi dalam komitmen organisasi, yaitu : bertahannya karyawan, kinerja dalam bekerja (kehadiran/absensi, *in-role job performance*, *citizenship behaviour at work*, reaksi dalam bekerja, *employee well-being*).

Setelah melakukan wawancara pada 8 *Top Leader* dari 150 anggota yang seluruhnya sudah menjadi anggota di perusahaan "X" lebih dari satu tahun, 3 *Top Leader* mengatakan mereka bekerja di perusahaan tersebut dan dapat bertahan sampai level *Top Leader*, karena anggota sudah nyaman

dengan lingkungan kerja yang ramah, tidak adanya jam kerja, mereka dapat bekerja sesuai waktu yang mereka inginkan. Sedangkan 3 anggota bertahan di perusahaan “X” karena membutuhkan uang, karena perusahaan “X” tersebut tidak mempunyai persyaratan pendidikan, banyak anggota yang bekerja dengan pendidikan SMA dan juga banyak dari kalangan menengah kebawah.

Ada 2 *Top Leader* yang ingin berhenti dari pekerjaan tersebut karena merasa sudah tidak nyaman dengan pekerjaannya, karena bekerja di perusahaan tersebut tidak mengenal waktu sehingga *Top Leader* tersebut merasa sudah tersita waktu luangnya, terkadang perusahaan banyak mengadakan seminar-seminar setiap hari Minggu dari pagi hingga malam. Ada teman – teman mereka yang berhenti dari pekerjaan karena merasa dirinya itu tidak sanggup apabila harus memberikan pengarahan kepada para *Leader* karena dia merasa malu apabila berbicara di depan orang banyak dan juga mereka tidak sanggup untuk mendatangi setiap *home prospect*, karena ada letak rumahnya yang jauh. Karena tujuan mereka pada awalnya ingin mencapai level menjadi *Leader Comite*, mereka pun tidak sanggup apabila harus seminar ke berbagai daerah.

Hal tersebut diambil oleh penulis untuk dijadikan suatu penelitian, mengenai komitmen organisasi multi level marketing pada *Top Leader* PT. “X” dan untuk mengetahui bagaimana komitmen organisasi mereka pada saat bekerja di perusahaan tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka masalah yang ingin diteliti adalah bagaimana dominansi komitmen organisasi multilevel marketing pada *Top Leader* cabang PT."X" di Bandung.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai dominansi komitmen organisasi multilevel marketing pada *Top Leader* cabang PT."X" di Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran yang lebih rinci mengenai dominansi komitmen organisasi multilevel marketing pada *Top Leader* cabang PT. "X" di Bandung yang dilandasi oleh *affective commitment*, *continuance commitment*, dan *normative commitment*.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1. Memberikan informasi mengenai komitmen organisasi multilevel marketing pada *Top Leader* PT."X" di Bandung dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi.

2. Memberikan informasi tambahan pada peneliti lain yang tertarik untuk meneliti topik yang serupa dan mendorong dikembangkannya penelitian yang berhubungan dengan komitmen organisasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Dapat memberikan informasi dan pengetahuan pada perusahaan sejauh mana komitmen organisasi multilevel marketing pada *Top Leader* cabang PT."X" di Bandung agar dapat menjaga atau meningkatkan komitmen organisasi anggota.
2. Memberi informasi tambahan kepada perusahaan, sehingga perusahaan dapat meningkatkan pembentukan komitmen organisasi bagi anggota, agar komitmen anggota terhadap perusahaan diharapkan semakin meningkat juga dan pembuatan program-program kerja guna meningkatkan produktifitas anggota.

1.5 Kerangka Pikir

Multi level marketing merupakan sebuah bisnis dengan jalur distribusi dan promosi. Anggota di PT. "X" memiliki pekerjaan yang sama sesuai dengan levelnya masing-masing. Pada level *Top Leader*, pekerjaan mereka diharuskan untuk membimbing para *Leader* yang sedang mengajak orang lain untuk bergabung dan juga memberikan cara-cara agar orang lain ingin bergabung dengan PT. "X". Untuk menjadi anggota *Top Leader* tidak hanya diperlukan keterampilan berbicara di depan orang-orang, tetapi dibutuhkan komitmen yang kuat terhadap perusahaan, agar dapat memberikan hasil yang terbaik bagi

perusahaan. Anggota yang memiliki suatu komitmen, akan bekerja secara total, memberikan perhatian, tenaga dan waktunya dan melakukan tugas yang diharapkan perusahaan.

Menurut Meyer & Allen (1997), komitmen organisasi merupakan keterikatan dan keterlibatan karyawan terhadap organisasi yang ditunjukkan dengan karyawan tetap bertahan dalam organisasi meskipun mengalami kesulitan dan masalah dalam pekerjaannya, bekerja secara teratur, melindungi aset organisasi dan ikut serta dalam usaha pencapaian tujuan organisasi. Meyer & Allen menggambarkan adanya tiga komponen dari komitmen terhadap organisasi yaitu: *affective commitment*, *continuance commitment*, dan *normative commitment*.

Komponen pertama adalah *affective commitment*. *Affective commitment* merupakan komitmen yang berasal dari hubungan emosional anggota terhadap organisasinya, identifikasi dengan organisasi, dan keterlibatan anggota dengan kegiatan di organisasi. Karyawan akan tetap bertahan dengan organisasi karena keinginannya sendiri dan karena menyenangi keanggotaannya (*want*). *Top Leader* dengan *affective commitment* yang kuat akan tetap bertahan di perusahaan karena mereka merasa dirinya ikut terlibat dalam kegiatan organisasi dan mereka menginginkan tetap berada di perusahaan. *Top Leader* akan tetap mengikuti kegiatan- kegiatan yang di adakan perusahaan seperti mengikuti seminar-seminar yang di adakan perusahaan. *Top Leader* juga akan berkontribusi untuk memberikan seminar kepada semua anggota yang ikut bergabung di dalam perusahaan, walaupun

menyita waktu luangnya. Sedangkan *Top Leader* yang mempunyai *affective commitment* yang lemah, mereka merasa pekerjaan sebagai beban dan cenderung akan memandang pekerjaan tersebut sebagai kewajiban.

Komponen kedua yaitu *continuance commitment*. *Continuance commitment* merupakan komitmen yang berasal dari kesadaran anggota organisasi akan mengalami kerugian jika meninggalkan perusahaan, karena tidak ada alternatif pilihan kecuali tetap bertahan dalam perusahaan karena mereka membutuhkannya (*need to*). *Top Leader* dengan *continuance commitment* yang kuat para *Top Leader* akan terus berusaha untuk mengatasi setiap kesulitan yang mereka hadapi dalam membantu *Leader* untuk mendapatkan *downline* karena semakin banyak *Top Leader* memiliki *Leader* semakin banyak bonus yang mereka dapatkan, mereka terus berusaha karena mereka harus menafkahi keluarganya dan mempunyai pendidikan yang terbatas. Mereka pun akan menyadari jika meninggalkan perusahaan tersebut, mereka belum tentu memperoleh keuntungan yang didapat jika bekerja di perusahaan lain. Sedangkan *Top Leader* yang mempunyai *continuance commitment* lemah, tidak merasa rugi apabila meninggalkan perusahaan dan mereka pun menganggap pekerjaan ini hanya mengisi waktu luang saja.

Komponen terakhir, *normative commitment* merupakan komitmen yang berasal dari keyakinan anggota akan tanggung jawabnya terhadap perusahaan, sehingga merasa wajib untuk tetap bertahan di perusahaan (*ought to*). *Top Leader* dengan *normative commitment* yang kuat mereka merasa harus bertahan di perusahaan dan bagaimana cara mereka untuk memajukan

MLM di PT.“X”. Mereka pun bekerja karena merasa dirinya bertanggung jawab terhadap perusahaan. Sedangkan *Top Leader* dengan *normative commitment* yang lemah tidak memiliki kewajiban tetap bertahan di perusahaan MLM PT.“X” sehingga mereka memilih berhenti menjadi karyawan dan mencari pekerjaan di tempat lain, karena mereka tidak merasa dirinya bertanggung jawab terhadap perusahaan dan tidak akan menghadiri kegiatan-kegiatan yang diadakan perusahaan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi komitmen organisasi pada *Top Leader* terhadap perusahaan MLM PT.“X”. Faktor-faktor yang mempengaruhi ialah karakteristik pribadi (usia, status marital/ tingkat pendidikan, jenis kelamin dan masa kerja). Karakteristik perusahaan, dan Pengalaman Organisasi (kepuasaan/motivasi, karakteristik peran karyawan, hubungan dengan atasan) .

Karakteristik pribadi mencakup jenis kelamin, usia, status pernikahan, tingkat pendidikan, dan lamanya seseorang bekerja pada suatu organisasi. Pertambahan usia membuat *Top Leader* merasa rugi apabila keluar atau meninggalkan perusahaan MLM PT.“X” karena merasa akan semakin sulit untuk mendapatkan pekerjaan di perusahaan yang lain. Hal ini berkaitan dengan *continuance commitment*. Pada akhirnya, member akan memilih terus untuk bertahan di perusahaan. Sebaliknya pada *Top Leader* yang berusia lebih muda merasa masih mampu untuk dapat mencari pekerjaan yang lain apabila *Top Leader* merasa kurang puas sehingga tidak merasa terlalu rugi jika

meninggalkan perusahaan MLM PT.”X”. *Top Leader* pun dapat meninggalkan atau berhenti dari pekerjaan di perusahaan MLM PT.”X”.

Kemudian faktor lainnya adalah jenis kelamin. Jenis kelamin sangat berpengaruh dalam bekerja sebagai MLM. Member di PT. “X” tidak melihat dari jenis kelamin mau perempuan ataupun laki-laki. Tetapi biasanya *Top Leader* perempuan lebih pandai untuk membantu *Leader-Leader* dan mengajarkan bagaimana cara yang lebih baik untuk mengajak orang lain untuk bergabung. *Top Leader* yang sudah sering atau sudah terbiasa berbicara dengan orang lain biasanya mereka lebih santai untuk memberi arahan kepada *Leader-Leadernya* dan mereka pun senang karena bisa membantu. Sebaliknya, *Top Leader* yang merasa tidak mampu dengan kemampuan dan kurangnya pengalaman, biasanya mereka sulit untuk memberikan arahan atau memberikan solusi kepada *Leadernya*

Faktor masa kerja yaitu dimana *Top Leader* yang sudah lama bekerja di PT. “X” akan tetap bertahan, karena mereka merasa sudah nyaman bekerja di perusahaan tersebut dan memilih untuk tetap menjadi MLM di PT. “X”. Sebaliknya *Top Leader* yang selama masa kerjanya tidak merasa nyaman walaupun sudah lama bekerja di perusahaan tersebut, *Top Leader* akan lebih memilih berhenti dari pekerjaannya dan mencari pekerjaan di tempat lain.

Kemudian karakteristik organisasi mencakup persepsi karyawan mengenai keadilan dan kebijaksanaan dalam organisasi dan bagaimana kebijakan organisasi tersebut disosialisasikan. *Top Leader* yang merasa puas dengan keadilan dalam perusahaan akan merasa nyaman, tetapi jika *Top*

Leader tidak merasa puas dengan keadilan akan cenderung tidak akan bertahan lama di PT. “X”.

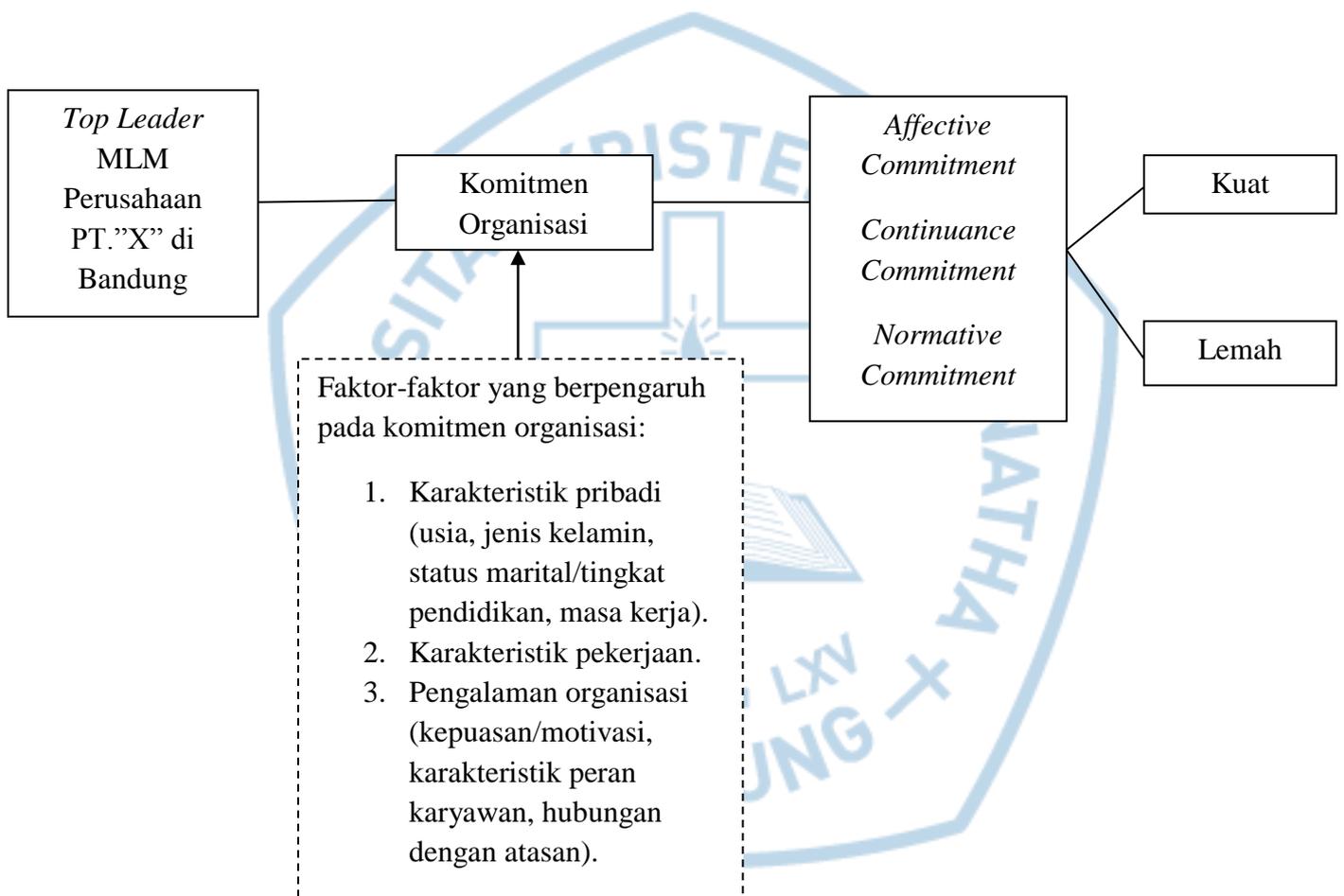
Pengalaman berorganisasi mencakup kepuasan dan motivasi anggota organisasi selama berada dalam organisasi, perannya dalam organisasi tersebut dan hubungan antara anggota organisasi dengan pemimpinnya (Meyer & Allen, 1997). Kepuasan yang dimaksud yaitu bonus yang didapatkan oleh *Top Leader* pada setiap bulan karena ada *Leader* yang mempunyai *downline* baru. *Top Leader* yang merasa dirinya harus mendapatkan bonus, dia tidak akan menyalahkan waktu untuk selalu membantu *Leadernya* untuk mencari *downline*. *Top Leader* yang merasa dirinya mendapatkan manfaat bekerja di perusahaan MLM PT. “X” cenderung memilih untuk tetap bertahan di perusahaan MLM PT. “X. Sebaliknya, *Top Leader* yang merasa dirinya tidak harus mendapatkan bonus dan tidak merasa adanya kerugian apabila meninggalkan perusahaan MLM PT. “X”. *Top Leader* akan memilih keluar dari perusahaan MLM PT. “X” dan bergabung dengan perusahaan lain dengan imbalan yang lebih sesuai.

Kemudian ada faktor karakteristik peran karyawan yaitu *Top Leader* yang mengetahui dengan jelas peranannya dalam bekerja serta mengetahui jelas apa yang di harapkan oleh perusahaan akan tetap bertahan lebih tinggi komitmen afektifnya. *Top Leader* yang tidak yakin akan dirinya sendiri dan merasa tidak mampu untuk bekerja di dalam perusahaan dan juga tidak mengetahui dengan tentang apa yang diharapkan perusahaan PT. “X” akan lebih rendah komitmen afektifnya.

Faktor hubungan dengan atasan atau rekan kerja yang meliputi *upline* dan *downline*. *Top Leader* yang sering melibatkan diri dalam interaksi sosial baik dengan *upline* dan *downline* dapat membuat *Top Leader* semakin menyenangi keanggotaannya di perusahaan MLM PT. “X” dan melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan seperti mengikuti *group meeting* yang dapat meningkatkan keterikatan emosi dengan rekan kerja dan perusahaan. Kemudian, dengan adanya interaksi sosial dengan rekan kerja dapat menguatkan *normative commitment*. Sebaliknya, apabila *Top Leader* kurang melakukan interaksi sosial dengan *upline* atau *downline*, *Top Leader* akan merasa tidak ada keterikatan emosi dengan rekan kerjanya dan perusahaan MLM PT. “X”, sehingga kurang memiliki kewajiban untuk tetap bertahan di perusahaan MLM PT. “X”.

Top Leader yang memiliki komitmen yang kuat akan bekerja sesuai jadwal yang sudah ditetapkan dengan peraturan yang ada di perusahaan, tidak melakukan pelanggaran, menuangkan ide-ide kreatif untuk kepentingan perusahaan di masa yang akan datang dan juga mau membantu para *Leader* dan *Member*. Anggota yang memiliki komitmen yang lemah, mereka cenderung tidak bekerja dengan sungguh-sungguh, tidak peduli dengan *Leader* ataupun *Member*, sering melanggar peraturan yang ada di perusahaan, sering tidak mengikuti kegiatan, sering ijin tanpa alasan, mudah menyerah saat mendapatkan masalah yang ada.

Secara skematis dapat digambarkan sebagai berikut :



1.6 Asumsi

Peneliti mengajukan beberapa asumsi sebagai berikut :

1. Setiap *Top Leader* memiliki komponen komitmen terhadap organisasinya yang berbeda-beda yaitu *affective commitment*, *continuance commitment* dan *normative commitment*.
2. *Affective commitment* ditunjukkan melalui *Top Leader* yang ikut terlibat dalam kegiatan yang diadakan perusahaan MLM PT. "X".
3. *Continuance commitment* ditunjukkan melalui *Top Leader* yang merasa mengalami kerugian jika meninggalkan perusahaan MLM PT. "X".
4. *Normative commitment* ditunjukkan melalui *Top Leader* yang merasa bertanggung jawab dan berkewajiban untuk bertahan di perusahaan MLM PT. "X".
5. Komitmen organisasi *Top Leader* terhadap perusahaan MLM PT. "X" dipengaruhi oleh faktor-faktor karakteristik individu, pengalaman bekerja, karakteristik pekerjaan.