

***THE INFLUENCE OF RESIDENTS' PERCEPTION ON CIVIC VIRTUE
THROUGH THE AFFECTIVE COMMITMENT OF JAKARTA RESIDENTS***

***PENGARUH RESIDENTS' PERCEPTION TERHADAP CIVIC VIRTUE
MELALUI AFFECTIVE COMMITMENT WARGA JAKARTA***

Sarah Ayu Anggita Novita Sari¹, Yadi Ernawadi²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Achmad Yani

Jl. Terusan Jenderal Sudirman Kota Cimahi Jawa Barat^{1, 2}

sarahayu_20p277@mn.unjani.ac.id¹, yadi.ernawadi@lecture.unjani.ac.id²

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the influence of resident perception on civic virtue through economic perception, cultural perception, environmental perception through affective commitment of Jakarta residents. A total of 103 respondents from Jakarta participated in this study. The cross-sectional method is used to collect data. The research instrument has been declared to have passed the validity and reliability test. The data analysis technique used is structural equation modeling (SEM) using the help of Smart-PLS version 3.0. All proposed research hypotheses are supported by empirical data. The results of the study show that resident perception has a positive effect on civic virtue through affective commitment. The addition of the environmental attitude variable as a substitute for the civic virtue variable is a development that distinguishes it from the conceptual model in previous research.

Keywords : *Economic Perception, Cultural Perception, Environmental Perception, Affective Commitment, Civic Virtue*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menguji pengaruh *resident perception* terhadap *civic virtue* melalui *economic perception, cultural perception, environmental perception* melalui *affective commitment* warga Jakarta. Sebanyak 103 responden warga Jakarta berpartisipasi dalam penelitian ini. Metode *cross-sectional* digunakan untuk mengumpulkan data. Instrumen penelitian telah dinyatakan lulus uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan adalah *structural equation modelling* (SEM) dengan menggunakan bantuan Smart-PLS versi 3.0. Seluruh hipotesis penelitian yang diusulkan didukung oleh data empiris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *resident perception* berpengaruh positif terhadap *civic virtue* melalui *affective commitment*. Penambahan variabel *environmental attitude* sebagai pengganti variabel *civic virtue* merupakan pengembangan yang membedakan dari model konseptual pada penelitian sebelumnya.

Kata Kunci : *Economic Perception, Cultural Perception, Environmental Perception, Affective Commitment, Civic Virtue*

PENDAHULUAN

Tingkat kebahagiaan warga negara Indonesia berada pada urutan ke-80 di dunia dengan skor rata-rata kebahagiaan sebesar 5.568 poin pada

2024 (*World Happiness Report, 2024*). Indeks tersebut mencerminkan tingkat kebahagiaan dan kesejahteraan subjektif penduduknya berdasarkan faktor-faktor

seperti produk domestik bruto per kapita, dukungan sosial, kedermawanan, harapan hidup sehat, kebebasan untuk membuat pilihan hidup, dan persepsi korupsi. Selain itu, Indonesia menjadi negara paling bahagia urutan keenam se- Asia Tenggara di tahun 2024. Pencapaian ini lebih unggul dibanding negara Laos, Myanmar, dan Kamboja yang memiliki skor indeks kebahagiaan lebih kecil. Indeks kebahagiaan untuk Indonesia adalah 70,69% pada tahun 2017 dan meningkat menjadi 71,49% pada tahun 2021 sebesar 0,80 poin. 34 provinsi membentuk Indonesia, menambah variasi bangsa (Kepmendagri, 2022). Menurut data BPS (2023), pada tahun 2021, di Jakarta, indeks kebahagiaan turun dari tahun 2017. Indeks kebahagiaan masing-masing berada di 71,33% pada tahun 2017 dan 70,68% pada tahun 2021. Menurut BPS, indeks kebahagiaan warga Jakarta tahun 2017-2021 diukur menggunakan 3 (tiga) dimensi, yaitu kepuasan hidup (*Life Satisfaction*), perasaan (*Affect*), dan makna hidup (*Eudaimonia*). Fenomena masyarakat yang di terjadi di kota besar seperti Jakarta cenderung bersifat individualis karena kurangnya komunikasi antara individu dengan individu lain, dan kurangnya kepedulian terhadap lingkungan sekitar. Oleh karena itu, indeks kebahagiaan menurun dikarenakan menurunnya angka *civic virtue*. *Civic virtue* adalah perilaku warga negara yang menempatkan kebaikan publik di atas kepentingan mereka sendiri dalam suatu masyarakat (Winarningsih et al. 2021). Kebahagiaan akan dirasakan jika masyarakatnya memiliki perilaku prososial yang mencerminkan *affect* (*World Happiness Report*, 2024). Oleh karena itu, *civic virtue* merupakan ukuran dari konsep *affect*. Tinggi maupun rendah dari indeks

kebahagiaan yang tergambar dari indikator *affect* dapat mencerminkan tinggi atau rendahnya tingkat *civic virtue*. Salah satu provinsi yang mengalami penurunan taraf kebahagiaan adalah Jakarta, yakni dari angka 71,33 menjadi 70,68. Fenomena bahwa Provinsi Jakarta berada pada urutan ke-27 dari 34 provinsi dengan nilai indeks Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *residents' perception* terhadap *civic virtue* melalui *affective commitment* warga Jakarta. Penelitian ini dikaitkan erat dengan konsep pemasaran kota. Menurut Braun (2008), pemasaran kota adalah strategi pemasaran yang ditargetkan yang bertujuan untuk menghasilkan, menawarkan, dan menyampaikan nilai kepada wisatawan dan penduduk kota.. Pemasaran kota juga didefinisikan sebagai alat pemasaran yang berorientasi pada pelanggan untuk membangun, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan menukar nilai bagi konsumen suatu kota dan masyarakat perkotaan pada umumnya (Braun, 2008). Keberhasilan sebuah kota dapat diukur dengan menggunakan konsep *livability* (Asnawi & Handayani, 2021).

Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa tingginya *livability* suatu kota dapat menarik wisatawan, investor, dan migrasi penduduk baru serta mempertahankan komitmen warga untuk tinggal di kotanya. Untuk mempertahankan hubungan dengan warganya, pemerintah kota dapat menciptakan nilai melalui program-program pembangunan yang berdampak pada peningkatan kualitas ekonomi, budaya, dan lingkungan (Tang et al., 2021). Penelitian ini berpedoman pada model konseptual yang dikembangkan oleh Tang et al., (2021). Oleh karena itu, kerangka teori untuk mendukung pengembangan setiap hipotesis yang

menggambarkan hubungan antar variabel. *Residents' perception* merupakan pandangan, opini yang dimiliki oleh warga terhadap lingkungan di mana mereka berada (Tang et al., 2021). *Residents' perception* terbagi atas tiga dimensi, yaitu *economic perception*, *cultural perception*, dan *environmental perception* (Gursoy & Rutherford, 2004). *Economic perception* merupakan persepsi warga tentang keuntungan ekonomi dari pertumbuhan perkotaan, seperti pendapatan dan lapangan kerja yang lebih tinggi (Tang et al., 2021). *Cultural perception* merupakan cara penduduk setempat memandang bagaimana pembangunan perkotaan memengaruhi budaya dan identitas mereka (Tang et al., 2021). Sedangkan *environmental perception* merupakan berasal dari pendapat warga tentang bagaimana pembangunan perkotaan memengaruhi lingkungan dan sumber daya alam setempat (Tang et al., 2021). Penelitian serupa yang dilakukan Adongo et al., (2017) bahwa *economic perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* warga Kota Hoi An, Vietnam. Menurut Gursoy & Rutherford (2004) *affective commitment* secara positif dipengaruhi oleh *economic perception* warga Kota Washington dan Idaho, Amerika Serikat. Kim et al., (2010) menemukan bahwa *cultural perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* warga negara Korea. Hasil penelitian serupa ditemukan oleh Lee et al., (2017) bahwa *cultural perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* warga Kota Hoi An, Vietnam. Lee et al., (2017) menemukan bahwa *environmental perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* warga Kota Gangnam, Korea Selatan. *Environmental perception* yang buruk tidak akan menimbulkan *affective*

commitment karena warga cenderung memiliki keterikatan yang rendah dan tidak akan merasa bangga terhadap kota yang ditinggalkannya dalam konteks warga Kota Hoi An, Vietnam (Adongo et al., 2017). Berdasarkan beberapa hasil penelitian tersebut maka *economic perception*, *cultural perception*, dan *environmental perception* secara deduktif dapat diuji pengaruhnya terhadap *affective commitment* warga kota lainnya di dunia. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, *residents' perception* diduga berpengaruh positif terhadap *affective commitment* warga kota di Indonesia termasuk Jakarta. Penjelasan tersebut melandasi penentuan hipotesis sebagai berikut:

H1: *Economic perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*

H2: *Cultural perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*

H3: *Environmental perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment*

Civic virtue adalah perilaku warga negara yang menempatkan kebaikan publik di atas kepentingan mereka sendiri dalam suatu masyarakat (Winarningsih et al. 2021). *Civic virtue* berpusat pada memprioritaskan kepentingan publik daripada kepentingan individu. Kebajikan sipil berpendapat bahwa agar negara memainkan peran aktif, individu harus terlibat dalam politik dan mengakui bahwa kepentingan publik harus didahului kepentingan individu. (Winarningsih dkk, 2021). *Civic Virtue* dipengaruhi secara positif oleh *economic perception* warga Desa Xijiang Miao (Tang et al., 2021). Selain itu, *civic virtue* secara positif dipengaruhi oleh *cultural perception* warga Macau, China (Chan dan Kuok 2021). Selanjutnya,

civic virtue secara positif dipengaruhi oleh *environmental perception* warga Desa Bangsalan (Dhiba et al. 2021). Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa *economic perception*, *cultural perception*, dan *environmental perception* berpengaruh secara positif terhadap *affective commitment* dalam konteks pemasaran kota dan organisasi. Dengan demikian, *residents' perception* diduga berpengaruh positif terhadap *civic virtue* warga Jakarta. Penjelasan tersebut melandasi penentuan hipotesis sebagai berikut:

H4: *Economic perception* berpengaruh positif terhadap *civic virtue*

H5: *Cultural perception* berpengaruh positif terhadap *civic virtue*

H6: *Environmental perception* berpengaruh positif terhadap *civic virtue*

Affective commitment merupakan keinginan kuat individu untuk tetap berada dalam hubungannya dengan kota tersebut (Zenker & Petersen, 2014). *Affective commitment* individu yang kuat akan bertahan tinggal di kotanya (Zenker & Petersen, 2014). Selain itu, *affective commitment* juga mencakup perasaan kepemilikan terhadap lingkungannya (Lee et al., 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Tang et al., (2021) menemukan bahwa *affective commitment* berpengaruh positif terhadap *civic virtue* warga Desa Xijiang Miao di Provinsi Guizhou, Tiongkok. Lalu *civic virtue* secara positif dipengaruhi oleh *affective commitment* karyawan Wisata Bahari Lamongan (Putri, 2020). Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa *affective commitment* berpengaruh positif terhadap *civic virtue* dalam konteks pemasaran kota. Dengan demikian, *affective commitment* diduga berpengaruh positif terhadap *civic virtue*

warga Jakarta. Penjelasan tersebut melandasi penentuan hipotesis sebagai berikut:

H7: *Affective commitment* berpengaruh positif terhadap *civic virtue*

Berdasarkan penelitian sebelumnya yaitu Adongo et al., (2017) menemukan bahwa *economic perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* warga Kota Hoi An, Vietnam. Selain itu, Kim et al., (2010) menemukan bahwa *cultural perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* warga Korea (Kim et al., 2010). *environmental perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* warga Kota Gangnam, Korea Selatan. Selanjutnya Tang et al., (2021) menemukan bahwa *affective commitment* berpengaruh positif terhadap *civic virtue* warga Desa Xijiang Miao di Provinsi Guizhou, Tiongkok. Berdasarkan hasil penelitian tersebut *affective commitment* sebagai variabel mediator dalam hubungan antara *residents' perceptions* dengan *civic virtue*. Sehingga dapat berpengaruh secara langsung terhadap *civic virtue*, *residents' perceptions* juga berpengaruh secara tidak langsung terhadap *civic virtue* melalui *affective commitment*. Keterikatan dan perasaan kepemilikan warga yang tinggi terhadap lingkungannya dapat mendorong perilaku sukarela dalam membantu organisasi mencapai tujuannya dalam konteks pemasaran kota. Penjelasan tersebut melandasi penentuan hipotesis sebagai berikut:

H8: *Affective commitment* berperan memediasi pengaruh *economic perception* terhadap *civic virtue*

H9: *Affective commitment* berperan memediasi pengaruh *cultural perception* terhadap *civic virtue*

H10: *Affective commitment* berperan memediasi pengaruh

environmental perception terhadap *civic virtue*

menjelaskan hubungan kausalitas sekaligus melakukan uji hipotesis. *Convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability* adalah tiga jenis ukuran yang digunakan dalam pengukuran *outer model* instrumen penelitian ini guna memeriksa validitas dan reliabilitas. Smart-PLS versi 3.0 adalah program yang digunakan dalam tiga fase ini.

METODE PENELITIAN

Metode survei merupakan metode yang digunakan pada penelitian ini. Menurut Effendi & Tukiran (2012) metode survei merupakan teknik penelitian yang mengumpulkan data dari sampel dengan menggunakan kuesioner yang bertujuan untuk

Tabel 1 Nilai Loading Factor dan Composite Reliability

PERNYATAAN	LOADING FACTOR	COMPOSITE RELIABILITY
<i>Economic Perception</i>		0,881
Saya memiliki pekerjaan yang layak	0,864	
Saya memiliki penghasilan yang layak	0,781	
Saya mampu menyisihkan sebagian penghasilan untuk menabung	0,885	
<i>Cultural Perception</i>		0,853
Saya memiliki kebebasan beribadah sesuai dengan keyakinan saya	0,733	
Saya memiliki kebebasan menjalankan tradisi keluarga yang diturunkan orang tua	0,803	
Saya merasa aman tinggal di lingkungan saya tinggal	0,725	
Masyarakat di sekitar saya toleran dengan perbedaan keyakinan	0,815	
<i>Environmental Perception</i>		0,860
Kualitas udara di lingkungan saya tinggal masih tergolong segar	0,824	
Kualitas air di Jakarta masih tergolong bersih	0,864	
Keasrian Jakarta masih terjaga dengan baik	0,769	
<i>Affective Commitment</i>		0,846
Saya merasa menjadi bagian tempat tinggal saya	0,743	
Saya merasa bangga tinggal di tempat saya	0,852	
Saya merasa tenang tinggal di tempat tinggal saya	0,797	
<i>Civic Virtue</i>		0,926
Saya berpartisipasi dalam kegiatan bergotong-royong di wilayah tempat tinggal saya	0,862	
Saya berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan bakti sosial di wilayah tempat tinggal saya	0,933	
Saya berperan aktif dalam penyaluran bantuan terhadap warga yang membutuhkan	0,896	

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

Semua nilai *loading factor* > 0,05 dari sebagaimana ditunjukkan pada tabel 1. Dengan demikian, semua indikator dapat digunakan sebagai ukuran dari setiap variabel. Selanjutnya, nilai *composite reliability* > 0,70 menunjukkan bahwa ukuran dari setiap variabel dapat diandalkan sehingga

instrumen penelitian ini dapat dikategorikan sebagai alat pengumpulan data yang konsisten.

Nilai *cross loading* menunjukkan besarnya korelasi antara setiap variabel *manifest* dengan korelasi setiap variabel laten yang berbeda pada model yang sama. Jika nilai korelasi variabel

manifest dengan variabel laten tertentu lebih tinggi daripada korelasinya dengan variabel laten yang lain maka instrumen

dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik (Hair et al., 2021).

Tabel 2 Nilai Cross Loading

	<i>Economic Perception (ECP)</i>	<i>Cultural Perception (CP)</i>	<i>Environmental Perception (EP)</i>	<i>Affective Commitment (AC)</i>	<i>Civic Virtue (CV)</i>
ECP.1	0,885	0,708	0,650	0,675	0,639
ECP.2	0,864	0,788	0,700	0,780	0,652
ECP.3	0,781	0,581	0,608	0,582	0,580
CP.1	0,685	0,733	0,603	0,633	0,542
CP.2	0,438	0,803	0,649	0,698	0,571
CP.3	0,642	0,725	0,710	0,680	0,630
CP.4	0,659	0,815	0,756	0,690	0,594
EP.1	0,560	0,717	0,824	0,668	0,662
EP.2	0,718	0,373	0,864	0,696	0,778
EP.3	0,733	0,744	0,769	0,751	0,580
AC.1	0,536	0,657	0,643	0,743	0,601
AC.2	0,650	0,780	0,671	0,852	0,693
AC.3	0,650	0,659	0,692	0,797	0,694
CV.1	0,603	0,612	0,696	0,649	0,862
CV.2	0,603	0,708	0,754	0,729	0,933
CV.3	0,694	0,723	0,754	0,746	0,896

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

Selanjutnya berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai *cross loading* berdasarkan hasil uji *discriminant validity*. Tabel menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki *discriminant validity* yang baik ketika korelasi antara beberapa variabel *manifest* dan beberapa variabel laten lebih tinggi daripada korelasi dengan variabel laten lainnya. Korelasi antara konstruk dan nilai akar AVE dibandingkan dalam evaluasi berikut. Menurut Yamin & Kurniawan (2011)

hasil yang disarankan adalah bahwa korelasi antara konstruksi tidak boleh lebih rendah dari nilai akar AVE. Jika akar kuadrat AVE untuk setiap konstruksi lebih tinggi dari korelasi antara konstruksi tersebut dan konstruksi lainnya, validitas diskriminan model ditingkatkan. Untuk memiliki nilai lebih tinggi dari 0,50, skor AVE harus bagus. Tabel 3 menampilkan nilai AVE dan akar kuadrat AVE untuk setiap komponen dalam penelitian ini.

Tabel 3 Nilai AVE dan Akar Kuadrat AVE

Variabel	AVE
<i>Economic Perception</i>	0,713
<i>Cultural Perception</i>	0,593
<i>Environmental Perception</i>	0,806
<i>Affective Commitment</i>	0,637
<i>Civic Virtue</i>	0,672

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

Tabel 3 menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki nilai AVE lebih

tinggi dari 0,50, variabel *cultural perception* memiliki nilai terendah yaitu

0,593 dan variabel *environmental perception* memiliki nilai tertinggi 0,806. Konstruksi dalam model penelitian ini masih dapat dianggap memiliki *discriminant validity* yang lebih kuat karena nilai akar kuadrat AVE untuk setiap konstruksi lebih besar dari nilai korelasi, seperti yang ditunjukkan oleh nilai ini. Langkah selanjutnya yaitu melihat *effect size* berdasarkan nilai *f square* yang digunakan untuk menjelaskan besarnya kekuatan

pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dikelompokkan berdasarkan kriteria nilai *f-square* < 0,02 tidak ada pengaruh, nilai *f-square* > 0,02 – 0,15 pengaruh kecil, nilai *f-square* > 0,15 – 0,35 pengaruh sedang dan nilai *f-square* > 0,35 pengaruh besar (Hardisman, 2021). Semua nilai *f square* yang ditampilkan pada tabel 4 berada pada rentang yang relevan dengan nilai koefisien jalur sebagaimana dijelaskan pada tabel 7.

Tabel 4 F-Square

	ECP	CP	EP	AC	CV
ECP				0.081	
CP				0,146	0.009
EP				0,081	0.043
AC					0,209
CV					

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

Dengan demikian pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrapping* pada aplikasi *Smart PLS*. Sampel pada penelitian ini yaitu warga Jakarta usia di atas 22 tahun, bekerja di Jakarta dan sudah menikah, sampel dipilih berdasarkan data empiris yang menunjukkan individu mungkin telah mengalami sejumlah pengalaman hidup yang dapat memengaruhi pola *civic virtue*, terutama dalam komunitas. Oleh karena itu, populasi yang diteliti dalam

penelitian ini adalah individu yang umumnya telah menikah dan warga yang bekerja di Jakarta. Sesuai dengan karakteristik tersebut diharapkan bahwa responden memiliki kemampuan kognitif yang memadai untuk menjawab seluruh pertanyaan dalam kuesioner. merupakan salah satu metode *nonprobability sampling* digunakan sebagai teknik penentuan sampel pada penelitian ini.

Tabel 6 Profil Responden

KETERANGAN	JUMLAH	
	ORANG	PERSENTASE
Jenis Kelamin		
Pria	58	56.3%
Wanita	45	43.7%
Usia		
22 – 25 tahun	17	54%
26 – 29 tahun	21	21%
> 29 tahun	60	58.3%
Pekerjaan		
PNS	2	1.9%
Pegawai Swasta	69	67%
Pengusaha	16	15.5%

lainnya	16	15.5%
Status Perkawinan		
Kawin	101	98.1%
Tidak Kawin	2	1.9%
Berdomisili di Jakarta?		
Ya	103	100%

Sumber: Output *google forms* (Data Primer, 2024)

Data primer yang digunakan dalam penelitian diperoleh secara langsung dari wisatawan yang pernah berkunjung minimal 1 kali ke Pantai Pandansari dalam 3 bulan terakhir dengan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Berdasarkan horizon waktu dalam proses pengumpulan data maka penelitian ini diklasifikasikan sebagai *cross-sectional studies* atau *one-shot* karena data dikumpulkan hanya sekali dalam satu periode yaitu seminggu dari jawaban pernyataan peneliti, proses pengumpulan data dilakukan *on the spot* dengan dibantu oleh tim surveyor sebanyak tiga orang, adapun data dikumpulkan menggunakan *google forms*. Berdasarkan pada *output* SEM-PLS diketahui bahwa nilai SRMR sebesar 0,096 lebih kecil dari 0,10 dan

nilai NFI sebesar 0,727 berada di antara 0,00-1,00 yang mengandung makna bahwa model dinyatakan cocok (*fit*) sehingga dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian menunjukkan bahwa model yang diusulkan cocok (*fit*) sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam menguji hipotesis statistik. Dengan membandingkan *t-statistic* dengan *t-tabel* sebesar 1,65 dan membandingkan *p-value* dengan nilai α 0,05 pada pengujian satu arah yang merupakan prosedur *bootstrapping* yang digunakan untuk menentukan status hipotesis. Tabel 7 menampilkan temuan berikut dari pengujian sepuluh hipotesis statistik:

Tabel 7 Hasil Uji Hipotesis Statistik

DESKRIPSI HIPOTESIS	KOEFISIEN JALUR	T- STATISTIC	P- VALUE	KETERANGAN
H1 <i>Economic Perception</i> → <i>Affective Commitment</i>	0.220	2.264	0.024	H ₁ didukung
H2 <i>Cultural Perception</i> → <i>Affective Commitment</i>	0.401	3.299	0.001	H ₂ didukung
H3 <i>Environmetal Perception</i> → <i>Affective Commitment</i>	0.333	3.817	0.000	H ₃ didukung
H4 <i>Economic Perception</i> → <i>Civic Virtue</i>	0.206	1.942	0.053	H ₄ didukung
H5 <i>Cultural Perception</i> → <i>Civic Virtue</i>	-0.134	0.948	0.001	H ₅ tidak didukung
H6 <i>Environmental Perception</i> → <i>Civic Virtue</i>	0.562	3.458	0.001	H ₆ didukung
H7 <i>Affective Commitment</i> → <i>Civic Virtue</i>	0.259	1.698	0.001	H ₇ didukung
H8 <i>Economic Perception</i> → <i>Affective Commitment</i> → <i>Civic Virtue</i>	0.057	1.218	0.224	H ₈ tidak didukung
H9 <i>Cultural Perception</i> → <i>Affective Commitment</i> → <i>Civic Virtue</i>	0.104	1.374	0.170	H ₉ tidak didukung
H10 <i>Environmental Perception</i> → <i>Affective Commitment</i> → <i>Civic Virtue</i>	0,086	1.606	0.109	H ₁₀ tidak didukung

Sumber: Output SEM-PLS versi 3.0 (Data Primer, 2024)

Berdasarkan pengujian hipotesis ditemukan bahwa *economic perception* memiliki pengaruh positif terhadap *affective commitment*. Koefisien jalur menunjukkan kontribusi sebesar 0,220. Hal ini menandakan bahwa pengembangan rasa bangga dipengaruhi oleh pendapat masyarakat yang tinggal di Jakarta terhadap kesesuaian pekerjaannya, menjadi bagian di lingkungan sekitar tempat tinggal dan rasa tenang di lingkungan sekitar tempat tinggal mereka. Berkembangnya rasa kebersamaan dan ketenangan di daerah sekitar rumah mereka kemudian dipengaruhi oleh pendapat penduduk setempat terhadap penghasilan mereka di Jakarta. Selanjutnya, *cultural perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* dengan koefisien jalur sebesar 0,401. Artinya, pandangan warga tentang adanya dukungan dalam rasa tenang, menjadi bagian di lingkungan sekitar tempat tinggal dan rasa tenang di lingkungan sekitar tempat tinggal mereka. Kemudian, pandangan warga tentang *cultural perception* seperti tradisi, yang diturunkan oleh orang tua, masyarakat toleran dengan perbedaan keyakinan, rasa aman dan kebebasan menjalankan ibadah di lingkungan tempat tinggal warga Jakarta dengan terciptanya rasa tenang, bangga dan menjadi bagian di lingkungan tempat tinggal warga Jakarta. Lalu *environmental perception* berpengaruh positif terhadap *affective commitment* dengan koefisien jalur sebesar 0,333. Artinya, pandangan warga tentang kualitas udara, kualitas air dan keasrian tempat tinggal di Jakarta masih tergolong segar, bersih dan asri memberikan terciptanya rasa tenang, bangga dan menjadi bagian di lingkungan tempat tinggal warga Jakarta. Inferensi logis tersebut menggambarkan bahwa hasil penelitian

ini mendukung temuan Tang et al. (2021), Adongo et al. (2017), Gursoy & Rutherford, (2004), Lee et al. (2018), dan Lee et al. (2020). Dalam penelitian ini, Koefisien jalur berpengaruh positif *economic perception* terhadap *civic virtue*. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi yang dimiliki oleh warga Jakarta mengenai kesesuaian tugas yang diberikan kepada mereka di dalam kota berpengaruh pada berkembangnya sikap yang baik untuk mengikuti kegiatan koperasi di lingkungan tempat mereka tinggal. Selain itu, cara masyarakat Jakarta memandang pendapatan mereka juga mempengaruhi perkembangan pandangan positif dan keterlibatan mereka dalam proyek pengabdian masyarakat. Inferensi logis tersebut menggambarkan bahwa hasil penelitian ini mendukung temuan dari Tang et al. (2021), Adongo et al. (2017), Gursoy & Rutherford, (2004), Lee et al. (2018), dan Lee et al. (2020). Selanjutnya, dalam penelitian ini, tidak ditemukan pengaruh positif *cultural perception* terhadap *civic virtue*, tidak mendukung H5. Artinya, pandangan warga Jakarta *cultural perception* seperti tradisi, yang diturunkan oleh orang tua, masyarakat toleran dengan perbedaan keyakinan, rasa aman dan kebebasan menjalankan ibadah di lingkungan tempat tinggal tidak memberikan dampak pada timbulnya sikap positif untuk keterlibatan berpartisipasi dalam kegiatan bergotong-royong di wilayah tempat tinggal. Selain itu, pandangan warga tentang *cultural perception* seperti tradisi, yang diturunkan oleh orang tua, masyarakat toleran dengan perbedaan keyakinan, rasa aman dan kebebasan menjalankan ibadah di lingkungan tempat tinggal tidak memberikan dampak pada timbulnya sikap positif, dalam keterlibatan dalam berpartisipasi dalam kegiatan bergotong-royong di

wilayah tempat tinggal. Inferensi logis tersebut menggambarkan bahwa hasil penelitian ini tidak mendukung temuan dari Tang et al. (2021), Adongo et al. (2017), Gursoy & Rutherford, (2004), Lee et al. (2018), dan Lee et al. (2020). Lalu, *environmental perception* berpengaruh positif terhadap *civic virtue*, dengan koefisien jalur sebesar 0.562. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat penduduk setempat tentang kualitas udara Jakarta masih sebagian besar tidak berubah, yang mempengaruhi pengembangan sikap positif dan partisipasi mereka dalam kegiatan koperasi lingkungan. Kemudian, persepsi warga setempat terhadap kualitas air Jakarta masih sebagian besar baik, yang mempengaruhi pengembangan sikap yang baik untuk mengambil bagian dalam proyek pengabdian kepada masyarakat. Selain itu, cara masyarakat Jakarta melihat pengelolaan sampah yang efektif memengaruhi pengembangan pola pikir positif yang mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif dalam memberikan bantuan kepada mereka yang membutuhkannya. Kemudian *affective commitment* berpengaruh positif terhadap *civic virtue*, dengan koefisien jalur sebesar 0,259. Hal ini menandakan bahwa sikap tenang, kebanggaan, dan rasa memiliki yang baik terhadap lingkungan tempat tinggal masyarakat Jakarta dipengaruhi oleh tingginya tingkat keterikatan di antara warga Jakarta. Kemudian, besarnya kegiatan bergotong-royong, berpartisipasi dalam mengikuti kegiatan bakti social di wilayah tempat tinggal mereka, yang dimiliki warga Jakarta memberikan dampak pada timbulnya sikap positif, keterlibatan dalam memberikan bantuan terhadap warga yang membutuhkan. Inferensi logis tersebut menggambarkan bahwa hasil

penelitian ini mendukung temuan Tang et al. (2021), Winarningsih et al. (2021), Chan dan Kuok (2021), dan Dhiba et al. (2021). *Affective commitment* memediasi pengaruh *economic perception* terhadap *civic virtue* tidak didukung oleh H8, Hal ini menunjukkan bahwa pendapat warga Jakarta tentang kesesuaian pekerjaan yang diberikan di Kota Jakarta tidak berdampak pada pengembangan pola pikir kooperatif dan kemauan untuk terlibat dalam proyek berbasis masyarakat. Selain itu, pendapat penduduk setempat tentang kesesuaian penghasilan mereka di Jakarta tidak mempengaruhi pengembangan sikap positif atau keterlibatan mereka dalam proyek pengabdian kepada masyarakat. Selanjutnya, kurangnya pandangan yang baik tentang kehidupan lokal di kalangan warga Jakarta yang berasal dari persepsi mereka tentang pendapatan mereka berpengaruh pada pengembangan sikap positif dan partisipasi dalam upaya kerja sama. Selanjutnya, *affective commitment* memediasi tidak memberikan pengaruh dari *economic perception* terhadap *civic virtue*. Artinya tidak ada perasaan bangga, dan menjadi bagian di lingkungan tempat tinggalnya. *Affective commitment* memediasi pengaruh *economic perception* terhadap *civic virtue* tidak didukung oleh H8, Hal ini mengindikasikan bahwa pendapat warga Jakarta tentang kesesuaian tugas yang diberikan kepada mereka di Kota Jakarta tidak berdampak pada pengembangan pola pikir koperasi yang mendorong partisipasi dalam kegiatan lingkungan. Selain itu, pendapat warga tentang apakah uang yang mereka hasilkan di Jakarta cocok tidak banyak berdampak pada pengembangan sikap baik atau partisipasi mereka dalam proyek pengabdian kepada masyarakat. Oleh karena itu, kurangnya sikap positif warga Jakarta terhadap kehidupan

sehari-hari, yang merupakan akibat dari persepsi mereka terhadap pendapatannya, mempengaruhi perkembangan sikap positif dan partisipasi dalam upaya kerja sama. Selanjutnya, *affective commitment* memediasi tidak memberikan pengaruh dari *cultural perception* terhadap *civic virtue*. Artinya tidak ada perasaan bangga, dan menjadi bagian di lingkungan tempat tinggalnya. Dan *Affective commitment* memediasi pengaruh *cultural perception* terhadap *civic virtue* tidak didukung oleh H9, Artinya, pandangan warga Jakarta tentang rasa toleransi, tradisi yang diturunkan oleh keluarga, rasa aman dan masyarakat di lingkungan tempat tinggal di Kota Jakarta tidak memberikan dampak pada timbulnya sikap positif keterlibatan dalam berpartisipasi dalam kegiatan bergotong-royong di wilayah tempat tinggal mereka. Selain itu, pendapat masyarakat tentang seberapa cocok penghasilan mereka di Kota Jakarta tidak banyak berdampak pada pengembangan sikap positif atau partisipasi mereka dalam kegiatan koperasi lingkungan. Selanjutnya, kurangnya pandangan yang baik tentang kehidupan lokal di kalangan warga Jakarta yang berasal dari persepsi mereka tentang pendapatan mereka berpengaruh pada pengembangan sikap positif dan partisipasi dalam upaya kerja sama. Selanjutnya, *affective commitment* memediasi tidak memberikan pengaruh dari *cultural perception* terhadap *civic virtue*. Dan *affective commitment* memediasi pengaruh *environmental perception* terhadap *civic virtue* tidak didukung oleh H10, Artinya, pandangan warga Jakarta tentang kualitas air, kualitas udara dan keasrian tempat tinggal warga di Jakarta tidak memberikan dampak pada timbulnya sikap positif keterlibatan dalam

berpartisipasi dalam kegiatan bergotong-royong di wilayah tempat tinggal mereka. Selain itu, pendapat warga setempat tentang kesesuaian pendapatan mereka di Kota Jakarta tidak banyak berpengaruh pada pengembangan sikap positif atau keterlibatan mereka dalam kegiatan koperasi lingkungan. Oleh karena itu, kurangnya sikap positif warga Jakarta terhadap kehidupan sehari-hari, yang merupakan akibat dari persepsi mereka terhadap pendapatannya, mempengaruhi perkembangan sikap positif dan partisipasi dalam upaya kerja sama. Selanjutnya, *affective commitment* memediasi tidak memberikan pengaruh dari *cultural perception* terhadap *civic virtue*, artinya tidak ada perasaan bangga, dan menjadi bagian di lingkungan tempat tinggalnya. Inferensi logis tersebut menggambarkan bahwa hasil penelitian ini mendukung temuan Tang et al. (2021), Lee et al. (2018), Lee et al. (2020), Fithroh, (2021), Dharma, (2020), Adongo et al. (2017), Gursoy & Rutherford, (2004), dan Wang et al. (2021).

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *economic perception* dan *cultural perception* tidak berpengaruh secara langsung terhadap *civic virtue*. Selain itu, *economic perception*, *cultural perception*, dan *environmental perception* tidak berpengaruh secara tidak langsung terhadap *civic virtue* melalui *affective commitment*. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian Tang et al. (2021) terletak pada pendekatan pengujian dimensi dari variabel *resident perceptions* yakni *economic perception*, *cultural perception*, dan *environmental perception* terhadap *affective commitment* dan *civic virtue*. Perbedaan

lainnya terletak pada analisis peran mediasi dari *affective commitment*. Keterbatasan dari penelitian ini berkaitan dengan penentuan sampel menggunakan *non-probability* dan *convenience sampling* yang mengakibatkan hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi pada populasi. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian berikutnya mengadopsi teknik *probability sampling* agar dapat di generalisasi pada populasi. Penelitian ini menemukan bahwa *economic perception* menemukan berpengaruh terhadap *civic virtue*. Oleh karena itu, Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi variabel lain yang dapat memoderasi atau memediasi pengaruh *economic perception*, *cultural perception* dan *environmental* terhadap *civic virtue*. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan solusi terhadap tingkat *civic virtue* warga Kota Cimahi yang lebih rendah dibandingkan dengan warga kota di provinsi lainnya di Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah provinsi Jakarta untuk memahami faktor-faktor yang dapat meningkatkan *civic virtue* tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *civic virtue* tidak dipengaruhi oleh *cultural perception* dan *environmental perception* melalui *affective commitment*. Dengan demikian, disarankan agar pemerintah Jakarta merancang program pemasaran kota yang relevan dengan *economic perception*, *cultural perception* dan *environmental perception*. Ukuran *economic perception* dari penghasilan, pekerjaan yang layak serta kemampuan untuk menabung dari *cultural perception* mencakup warga mengenai dukungan dalam rasa toleransi, rasa aman dan tradisi yang diturunkan oleh keluarga, terciptanya keselarasan hubungan sesama warga, dan kebebasan

menjalankan kebiasaan dari ajaran orang tua. Sementara itu, ukuran dari *environmental perception* mencakup pandangan warga terhadap kualitas udara, kualitas air, dan keasrian kota. Berikut adalah program yang disarankan untuk dirancang oleh pemerintah Jakarta guna meningkatkan *economic perception*, *cultural perception* dan *environmental perception*: 1. Program meningkatkan lapangan kerja yang lebih banyak untuk warga Jakarta. 2. Sosialisasi warga untuk menabung dan investasi untuk masa depan. 3. Rasa toleransi di wilayah Kota Jakarta. Program ini dapat dilakukan dengan fokus pada peningkatan rasa aman untuk warga Jakarta. 5. Selain itu, perlu ditingkatkan kualitas udara yang menyebabkan polusi udara di wilayah Jakarta. Dengan memperbanyak program sosialisasi menabung dan investasi dari Bursa Efek Indonesia dapat meningkatkan kemampuan menabung untuk warga Jakarta, peningkatan rasa toleransi dengan menghormati kepercayaan warga lingkungan tempat tinggal mereka. Untuk kualitas lingkungan. **Pertama**, untuk meningkatkan kualitas udara, pemerintah Jakarta dapat meningkatkan pengelolaan lalu lintas dengan memprioritaskan transportasi umum, merencanakan rute yang efisien, mengurangi kinerja PLTU Suralaya dan mendorong penggunaan kendaraan ramah lingkungan. **Kedua**, untuk meningkatkan kualitas air, pemerintah Jakarta dapat mendorong perilaku ramah lingkungan warganya seperti penggunaan deterjen yang ramah air, pengurangan penggunaan pestisida, dan pengelolaan limbah rumah tangga yang bijak. Ketiga, keasrian kota dapat ditingkatkan melalui penanaman pohon, pembangunan taman kota, dan penataan ruang publik yang estetik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adongo, R., Choe, J. Y., & Han, H. (2017). Tourism in Hoi An, Vietnam: Impacts, Perceived Benefits, Community Attachment and Support for Tourism Development. *International Journal of Tourism Sciences*. <https://doi.org/10.1080/15980634.2017.1294344>
- Anggraeni, T., & Cahyanti, I. Y. (2012). Perbedaan Psychological Well-Being Pada Penderita Diabetes Tipe 2 Usia Dewasa Madya Ditinjau dari Strategi Coping. *Jurnal Psikologi Kliris dan Kesehatan Mental*. <https://doi.org/10.1037/a0037207>
- Asnawi, F. A., & Handayeni, K. D. (2021). Evaluasi Park and Ride Mayjen Sungkono. *JURNAL TEKNIK ITS*, 2337-3539.
- Braun, Erik, (2008). *City Marketing: Towards an Integrated Approach* Volume 142 of ERIM Ph.D. series research in management, ISSN 1568-1726.
- Buchanan. (1974). Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organizations. *Sage Journal*. <https://doi.org/10.2307/2391809>
- Chan, Sow Hup Joanne, and Oi Mei Kim Kuok. 2021. "Antecedents of Civic Virtue and Altruistic Organizational Citizenship Behavior in Macau." *Society and Business Review* 16(1):113–33. doi: 10.1108/SBR-06-2020-0085.
- Choi, Y. H. (2018). A Research of Casual Relationships Among Residents Perceived Impacts for Integrated Resort Development, Place Attachment, Development Cognition, and Development Support. *Korean Journal of Hospitality and Tourism*, 281-296. <https://doi.org/10.24992/kjht.2018.12.27.08.281>
- Dharma, D. S. (2020). Budaya Organisasi, Perilaku Prososial, Kinerja Guru dan Staf di Sekolah Inklusi. *Special and Inclusive Education Journal*. <https://doi.org/10.36456/special.vol1.no2.a2389>
- Dhiba, Puma Farah, Nurhadji Nugraha, and Indriyana Dwi Mustikarini. 2021. "Persepsi Pemuda Terhadap Pelaku Civic Virtue Di Desa Bangsalan." *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial* 1(1):16.
- Direktorat Jenderal Bina Administrasi Kewilayahan Kementerian Dalam Negeri. (2023, November Jum'at). *Kemendagri Mutakhirkan Kode, Data Wilayah Administrasi Pemerintahan Dan Pulau Di Seluruh Indonesia*. Retrieved from <https://ditjenbinaadwil.kemendagri.go.id/berita/detail/kemendagri-mutakhirkan--kode-data-wilayah-administrasi-pemerintahan-dan-pulau-di-seluruh-indonesia#:~:text=Berdasarkan%20Kepmendagri%20050%2D145%2F2022,74.961%20desa%3B%20dan%2016.772%20pulau>.
- Effendi, S., & Tukiran. (2012). *Metode Penelitian Survei*. (Edisi Revisi). LP3S.
- Firmansyah, A., & Burhanudin, B. (2023). Hedonic Value Dan Eudaimonic Value Pada Quality Of Life Dan Purchase Behavior. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 154. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v8i1.18102>
- Fithroh, F. L. (2021). *Perilaku Prososial (Prosocial Behavior) Masyarakat Samin dalam Ajaran Saminisme di Dukuh Jepang, desa Margomulyo*,

- kecamatan Margomulyo, kabupaten Bojonegoro, Jawa Timur. Malang.
- Ghozali, I. (n.d.). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host Attitudes Toward Tourism An Improved Structural Model. *Annals of Tourism Research*.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
- Helliwell, J. F., Layard, R., Sachs, J. D., De Neve, J.-E., Aknin, L. B., & Wang, S. (2023). *World Happiness Report*. New York: The Sustainable Development Solutions Network (SDSN)
- Jia, L., Chen, Y., & Dai, Y. (2021). Research on the Influence of Place Attachment on Residents' Attitude and Behavior Based on Structural Equation Model. *Social Science, Education, and Humanities Research*.
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.210121.004>
- Kim, Y. M. (2010). The Relationship Among Residents Expectation, Perceived Impacts, Place Attachment and Willingness to Support for Casino Development. *Journal of Tourism Sciences*, 307-330.
<https://doi.org/10.1002/JTR.2441>
- Knez, I., & Eliasson, I. (2017). Relationships between Personal and Collective Place Identity And Well-Being in Mountain Communities. *Frontiers in Psychology*.
<https://doi.org/2017-09012-001>
- Lee, Y. H., Woo, B., & Kim, Y. (2017). Transformational leadership and Organizational Citizenship Behavior: Mediating role of Affective Commitment. *International Journal of Sports Science & Coaching*.
<https://doi.org/10.1177/1747954117725286>
- Report, T. W. (2023). *Happiness index - Country rankings*. Retrieved from the Global Economy.com: <https://www.theglobaleconomy.com/rankings/happiness/Asia/>
- Sawitri, P. &. (2017). Hubungan Antara Sikap Dengan Perilaku Pro-Lingkungan Ditinjau dari Perspektif Theory Of Planned Behavior. *Proceeding Biology Education Conference*.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6, buku 1, cetakan kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Statistik, B. P. (2024). *Indeks Kebahagiaan Menurut Provinsi 2014- 2021*. Retrieved from <https://www.bps.go.id/indicator/34/601/1/indeks-kebahagiaan-menurut-provinsi.html>
- Takwin. (2021). Mengembangkan penelitian tentang tingkahlaku prososial dan altruisme. *Jurnal Psikologi Sosial*.
- Tang, K. L. (2021). Influence of Residents' Perceptions of Tourism Development on Their Affective Commitment, Altruistic Behavior, And Civic Virtue. *International Journal Tourism Residents*, 1-9.
<https://doi.org/10.24992/kjht.2018.12.27.08.281>
- Utami, Putri Wahyu. 2020. "Peran Affective Commitment Dalam Memediasi Pengaruh Employee Engagement Terhadap Civic Virtue (Studi Pada Karyawan Kantor Wisata Bahari

- Lamongan).” *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* 8(2):398–407.
- UU No. 2. 2024. “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2024 Tentang Provinsi Daerah Khusus Jakarta Dengan.” *Rencana Umum Energi Nasional* (73):1–60.
- Wang, Y., Yang, C., Zhang, Y., & Hu, X. (2021). Socioeconomic Status and Prosocial Behavior: The Mediating Roles of Community Identity and Perceived Control. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. <https://doi.org/10.3390/ijerph181910308>
- Winarningsih, Wiwin, Vina Lestari, Retno Wardani, and Mona Adha. 2021. “Penguatan Civic Virtue Pada Pembelajaran PPKN Dalam Rangka Menghadapi Era Society 5.0.” Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan 191–96
- Zenker, S., & Petersen, S. (2014). *An integrative theoretical model for improving resident city identification*. *Environment and Planning A*, 46, 715–729