

Analisis Kualitas Aitem Organizational Learning Scale Menggunakan Generalized Partial Credit Model (GPCM)

¹ Johana Josephine Kusardi*, ² Ananta Yudiarso

¹Fakultas Psikologi Universitas Surabaya

²Fakultas Psikologi Universitas Surabaya

*Corresponding Author email: ananta@staff.ubaya.ac.id

Abstrak

Diterima
Mei 2019
(Tanggal diisi oleh
Tim Redaksi)
Diterbitkan
Desember 2019

Di era globalisasi sekarang ini, terjadi banyak perubahan baik perubahan lingkungan maupun perubahan budaya. Hal-hal tersebut tentunya juga memicu semakin cepatnya perubahan pola konsumen. Perubahan ini menyebabkan banyak perusahaan berlomba untuk berinovasi agar dapat memenangkan hati konsumen dan tetap bertahan. Saat ini dikarenakan penerapan teknologi informasi dan komunikasi sedang tumbuh berlebihan Hal ini juga berimbas kepada stasiun televisi untuk terus menghadirkan inovasi, baik dalam program tayangan maupun dalam media penyiaran. Singkatnya, perusahaan perlu dapat menyesuaikan dan menciptakan strategi untuk mengikuti perubahan yang cepat ini (Hamdan, 2018). Penyesuaian ini tentu tidak terlepas dari kinerja para pegawai di dalam organisasi yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk menguji validitas dari skala alat ukur organizational learning. Sampel dalam penelitian ini merupakan para karyawan yang bekerja di perusahaan bidang jasa di Indonesia. Pengumpulan data yang dilakukan dengan metode kuantitatif. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah, organizational learning dari Alavi et al. (2014). Analisis kualitas aitem nantinya akan dilakukan dengan menggunakan Teknik analisis data GPCM. Hasil dari analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa aitem nomor CL5, SV6, OM2, dan OM5 memiliki index diskriminan (dibawah 0,2) dan ICC yang tidak dapat mengukur kemampuan para partisipan sehingga, aitem tersebut harus direvisi atau digururkan.

Kata kunci : Pembelajaran organisasi; GPCM; uji validitas

Abstract

In today's era of globalization, there are many changes, both environmental changes and cultural changes. These things of course also trigger the rapid change in consumer patterns. This change has caused many companies to compete to innovate in order to win the hearts of consumers and stay afloat. Currently, because the application of information and communication technology is growing excessively, this also has an impact on television stations to continue to present innovations, both in broadcast programs and in broadcast media. In short, companies need to be able to adapt and create strategies to keep up with these rapid changes (Hamdan, 2018). This adjustment is certainly inseparable from the performance of employees in the organization which can affect the success of the company. Therefore, this study aims to test the validity of the organizational learning measurement scale. The sample in this study is employees who work in service companies in Indonesia. Data collection is carried out by quantitative methods. The measurement tool used in this study is organizational learning from Alavi et al. (2014). The quality analysis of the item will later be carried out using the GPCM data analysis technique. The results of the data analysis conducted showed that items CL5, SV6, OM2, and OM5 had discriminant indexes (below 0.2) and ICC that could not measure the ability of the participants so that the items had to be revised or dropped.

Keyword : Organizational learning; GPCM; Validity Test

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 ini, para perusahaan dan industri di bidang pencarian profit diharuskan untuk menghadapi tantangan dan bersaing secara nasional maupun internasional (Hamdan, 2018). Salah satu halnya dengan perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang teknologi, hal ini dikarenakan revolusi industri merupakan perubahan cara hidup dan proses kerja manusia secara fundamental dan dengan lahirnya teknologi digital saat ini pada revolusi industri 4.0 berdampak terhadap kehidupan manusia di seluruh dunia (Hamdan, 2018). Dengan perkembangan-perkembangan teknologi informasi yang berkembang secara pesat, hal ini memunculkan terobosan-terobosan baru (Hamdan, 2018). Ditandai dengan munculnya fungsi-fungsi kecerdasan buatan (artificial intelligence), mobile supercomputing, intelligent robot, self-driving cars, dan lain sebagainya (Mutiah, dkk, 2019). Hal – hal tersebut juga terjadi di Indonesia, didukung pula dengan survei yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022 (dalam, Annur, 2022).

Hal-hal tersebut tentunya juga memicu semakin cepatnya perubahan pola konsumen. Perubahan ini menyebabkan banyak perusahaan berlomba untuk berinovasi agar dapat memenangkan hati konsumen dan tetap bertahan. Pada era 4.0 ini, perusahaan perlu terus berevolusi dalam model bisnis yang berfokus pada pemberian solusi permasalahan di masyarakat (Hamdan, 2018). Saat ini dikarenakan penerapan teknologi informasi dan komunikasi sedang tumbuh berlebihan (Nadhira Putri & Mangundjaya, 2020). Hal tersebut tentunya juga berpengaruh terhadap industri pertelevisian sehingga membuat industri pertelevisian semakin mempunyai tantangan dengan Revolusi Industri 4.0 dan di era digital ketika sebagian besar persebaran informasi berlangsung di dunia maya, industri pertelevisian menghadapi persaingan dengan media-media online yang relatif lebih mudah diakses (Mutiah, dkk, 2019).

Hal ini menuntut stasiun televisi untuk terus melakukan inovasi, baik dalam program siaran maupun dalam media siaran, salah satunya dengan memberikan akses untuk melihat siaran televisi secara online. Streaming siaran televisi sehingga konsumen dapat menontonnya di perangkat mereka. Sehingga kegiatan usaha media penyiaran seperti kegiatan distribusi produk, operasional perusahaan, proses produksi, dan persaingan media penyiaran diisi dengan berbagai strategi yang dirancang untuk mewujudkan kegiatan ekonomi yang akan menciptakan efisiensi dan daya saing dalam perkembangan perusahaan. Hal ini pada akhirnya menimbulkan persaingan di pasar media penyiaran, yang seringkali didorong oleh skala ekonomi (Mutiah, dkk, 2019).

Singkatnya, perusahaan harus mampu beradaptasi dan menyusun strategi untuk mengikuti pola ekonomi dan konsumsi yang berubah dengan cepat (Hamdan, 2018). Adaptasi ini tentunya tidak terlepas dari kinerja orang-orang dalam organisasi yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan (Hendriyaldi, 2019). Hal ini juga sesuai dengan Vaill dalam Howard (2017) yang menyatakan bahwa dalam lingkungan yang selalu berubah, karyawan perusahaan harus fleksibel agar dapat beradaptasi dengan tetap efektif dan produktif. Hal ini sejalan dengan tujuan organisasi saat ini untuk menjadi lincah dan mampu mengatasi hambatan baru (Gartside, Yaarit, dan Susan, dalam Muduli, 2016).

Hopp dan Van Oyen (2003) juga menyatakan bahwa ada beberapa hal yang dapat manajemen lakukan dalam rangka meningkatkan workforce agility, salah satunya yaitu pelatihan karyawan (dalam, Sumukadas & Sawhney, 2004). Sumukadas & Sawhney (2004), menyatakan bahwa keterampilan pekerja dapat dipupuk dengan praktik seperti perekrutan dan pelatihan. Hal ini dikarenakan, akses ke informasi yang relevan dan tepat waktu, sangatlah penting sebelum karyawan dapat diharapkan untuk menanggapi perubahan kebutuhan organisasi. Mempelajari hal-hal baru akan meningkatkan kemampuan adaptability karyawan dan memungkinkan karyawan untuk dapat mengatasi tantangan - tantangan yang tidak terduga (Sherehiy, dalam Alavi et al., 2014). Hal tersebut sejalan dengan aspek – aspek dari organizational learning.

Sinkula & Calantone et al., dalam Alavi et al., (2014), menyatakan bahwa terdapat 4 aspek organizational learning yaitu, Commitment to learning, Shared vision, Open Mindedness, dan knowledge sharing. Senge (1990)

menyatakan bahwa organizational learning merupakan suatu organisasi yang individu-individu dapat terus menerus memperluas kapasitas mereka untuk menciptakan hasil-hasil yang diinginkan diri sendiri dan organisasi (dalam Lios & Tarigan, 2015). Pedler, dkk & Ipe menyatakan bahwa organizational learning memfasilitasi pembelajaran seluruh anggota di dalam organisasi tersebut dan terus menerus mengubah organisasi kedepannya (dalam Franco & Almeida, 2011). Terdapat banyak penelitian terdahulu yang meneliti terkait dengan pentingnya organizational learning namun, hingga saat ini belum ada penelitian di Indonesia yang meneliti terkait dengan validitas dari alat ukur organizational learning terhadap para perusahaan dalam bidang jasa di Indonesia. Maka melalui penjelasan-penjelasan di atas dilakukannya penelitian ini, yang berfokus kepada menguji validitas skala organizational learning. Sehingga penelitian ini berusaha untuk mengetahui bagaimana validitas *Organizational Learning Scale* jika digunakan untuk para pekerja di perusahaan bidang jasa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan validasi alat ukur organizational learning pada para pekerja di Indonesia. Partisipan dalam penelitian ini terdiri atas 352 pekerja berjenis kelamin laki-laki dan perempuan yang berusia 23 - 55 tahun, memiliki atasan di tempat kerja dan merupakan warga negara Indonesia yang bekerja pada perusahaan bidang jasa di Indonesia dalam kurun waktu minimal 6 bulan.

Prosedur penelitian yang dilakukan adalah peneliti menyebarkan kuesioner yang terdiri atas butir-butir *organizational learning* menggunakan teknik accidental (*convenience*) sampling sehingga memudahkan peneliti untuk menghubungi partisipan sesuai kriteria. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan translasi butir organizational learning yang memiliki butir asli berbahasa inggris ke dalam bahasa indonesia. Tranlasi butir dilakukan oleh tiga expert judgement yang ahli dalam bidang psikologi organisasi. Sebelum dilakukan pengambilan data dalam penelitian ini peneliti terlebih dahulu mengajukan formulir ethical clearence kepada komite etik agar menjaga penelitian ini tetap sesuai dengan laik etik.

Penelitian ini akan menggunakan Teknik analisis data dengan menggunakan model IRT dengan pendekatan *Generalized Partial Credit Model* (GPCM). GPCM adalah salah satu model IRT untuk data politomus. GPCM digunakan dengan tujuan untuk menunjukkan estimasi parameter butir dan kemampuan siswa. Muraki & Bock dalam Lestari (2012) mendefinisikan GPCM sebagai bentuk umum dari PCM. PCM hanya memiliki satu parameter yang dominan yaitu tingkat kesukaran butir pada tiap kategori saja. Sedangkan pada GPCM bukan hanya tingkat kesukaran butir soal yang dominan, tetapi juga parameter daya pembeda butir soal (Retnawati, 2016).

Analisis data dilakukan menggunakan analisis faktor (CFA) dan generalized partial credit model (GPCM). CFA bertujuan untuk menguji sejauh mana struktur faktor ini sesuai dengan data yang diukur, dan untuk mengevaluasi kecocokan antara model teoritis dan data empiris (Brown, 2023). GPCM adalah salah satu model pengukuran dalam teori respons butir (*item response theory*/IRT) yang digunakan untuk mengukur kemampuan atau karakteristik laten individu berdasarkan jawaban mereka terhadap sejumlah butir soal (Muraki, 1997). GPCM memungkinkan untuk memodelkan pola diskriminasi butir yang kompleks, yang memperhitungkan kemampuan responden dalam merespons setiap pilihan jawaban butir yang tersedia (Muraki, 1997). Index discrimination aitem menunjukkan seberapa baik suatu aitem dapat membedakan antara peserta yang memiliki kemampuan yang tinggi dan peserta yang memiliki kemampuan yang rendah. Index discrimination aitem bergerak dari 0 sampai dengan 2 atau $0 \leq A_i \leq 2$ (Hambleton, 1991; Retnawati, 2014). Indeks diskriminasi minimal 0,2 sesuai kriteria Nina Deng & Hambleton (dalam Ridlo, 2012).

Dalam ICC model GPCM ini juga terdapat ICC (Item Characteristic Curve) yang merupakan sebuah grafik yang menampilkan hubungan antara kemampuan peserta dan probabilitas jawaban yang benar pada suatu pertanyaan dalam model generalized partial credit (GPCM). Kurva ICC menggambarkan bagaimana pola respon terhadap suatu pertanyaan berubah seiring dengan tingkat kemampuan peserta. Dengan menggunakan kurva ICC, kita dapat mengukur keakuratan dan konsistensi suatu pertanyaan dalam mengukur kemampuan peserta.

HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tahapan analisis data menggunakan GPCM, sebelum dilakukannya pembahasan mengenai parameter dalam model IRT, langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan model yang paling cocok untuk setiap subtes. Pemilihan model didasarkan pada perbandingan nilai *Akaike Information Criterion* (AIC) dari tiga model yang diuji. Model dengan nilai AIC terkecil dipilih sebagai model yang paling sesuai untuk setiap subtes. Berikut adalah nilai-nilai AIC dari seluruh model IRT yang telah diuji:

AIC			MODEL IRT YANG TERPILIH
RASCH	IRT 1 PL	IRT 2PL	
2391.81	2393.32	2314.65	2PL

Berdasarkan pada diatas terlihat bahwa model IRT 2 PL untuk keseluruhan aitem mempunyai nilai AIC terkecil, sehingga dapat disimpulkan bahwa untuk menilai kualitas keseluruhan aitem *organizational learning* dalam penelitian ini akan berdasarkan mengacu pada parameter kepada model IRT 2 PL. Parameter-parameter yang ditaksir pada model IRT 2 PL adalah *index discrimination* (ai). berikut merupakan hasil dari index discrimination setiap butir *organizational learning* :

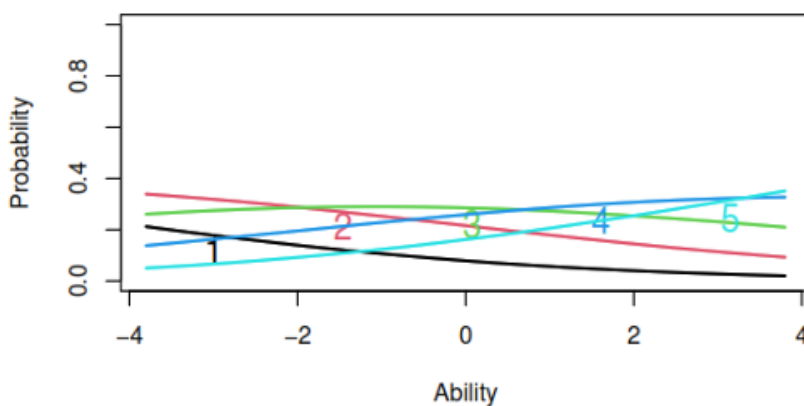
NO.	Dimension	Items	Index Discriminants
1.	Commitment to learning	CL 1	2.689
2.		CL 2	2.003
3.		CL 3	1.863
4.		CL 4	2.123
5.		CL 5	0.128
6.		CL 6	0.716
7.	Shared vision	SV 1	2.062
8.		SV 2	2.178
9.		SV 3	2.575
10.		SV 4	2.018
11.		SV 5	2.330
12.		SV 6	0.047
13.	Open Mindedness	OM 1	0.681
14.		OM 2	0.085
15.		OM 3	0.972
16.		OM 4	2.117
17.		OM 5	0.069
18.		OM 6	0.947
19.		KS 1	1.587
20.		KS 2	1.292

21. Knowledge sharing	KS 3	1.296
22.	KS 4	0.977
23.	KS 5	0.568

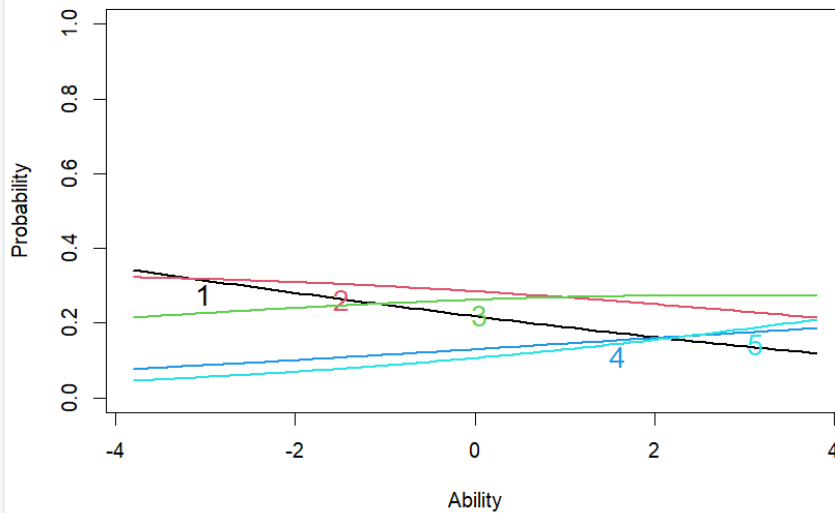
Berdasarkan pada tabel diatas dapat dilihat bahwa terkait dengan parameter *index discriminants*, terdapat empat aitem dari total 23 aitem yang dikategorikan sebagai butir yang buruk karena memiliki *index discriminants* dibawah 0,2 yaitu, butir nomor CL5, SV6, OM2, dan OM5. Sehingga secara keseluruhan perlu adanya perbaikan aitem pada aitem nomor CL5, SV6, OM2, dan OM5 agar aitem- aitem tersebut dapat membedakan antara peserta yang memiliki kemampuan yang tinggi dan peserta yang memiliki kemampuan yang rendah.

Item-item ini juga memiliki karakteristik yang serupa ketika diamati secara grafik ICC. Kemiringan (slope) dari item-item ini relatif datar, menunjukkan kemampuan diskriminasi yang rendah dalam membedakan individu berdasarkan kemampuan mereka. Beberapa kurva mendekati batas atas atau bawah, mengindikasikan bahwa item-item tersebut mungkin terlalu mudah atau sulit. Hal tersebut mengimplikasikan bahwa faktor-faktor lain mungkin mempengaruhi respons terhadap item-item tersebut. Secara grafik, parameter model IRT 2PL ini dapat digambarkan melalui (ICC). Bentuk ICC untuk keseluruhan aitem yang buruk dapat dilihat pada gambar berikut :

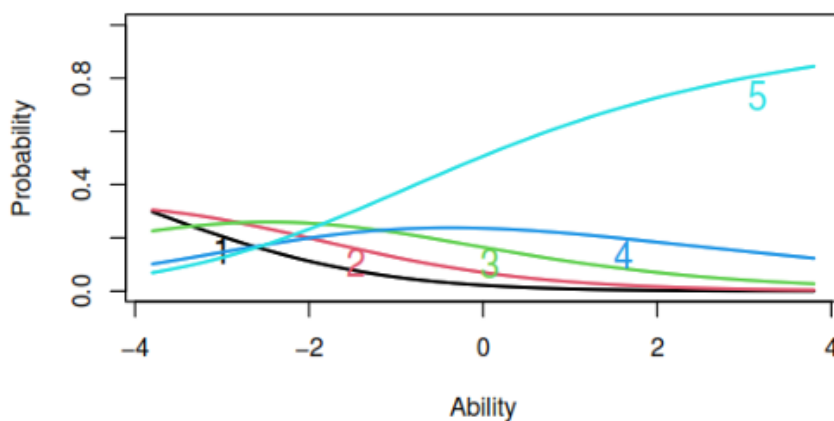
Item Response Category Characteristic Curves – Item: OL 5



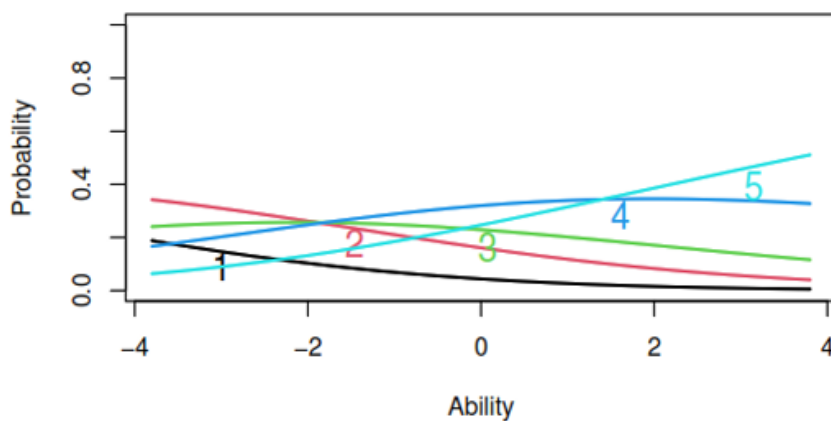
Item Response Category Characteristic Curves - Item: OL 14



Item Response Category Characteristic Curves – Item: OL 12



Item Response Category Characteristic Curves – Item: OL 17



Gambar 1. Item Characteristic Curve (ICC) butir buruk

Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa aitem nomor CL5, SV6, OM2, dan OM5 menghasilkan pola grafik ICC yang buruk dikarenakan tidak memiliki titik puncak yang jelas per pilihan skala likertnya. Hal tersebut mengakibatkan aitem nomor CL5, SV6, OM2, dan OM5 tersebut tidak bisa membedakan kemampuan *organizational learning* dari para karyawan yang diukur. hal tersebut menunjukkan bahwa keempat butir tersebut perlu di revisi atau digugurkan sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.

Adapun blueprint dari angket *organizational learning* yang dikemukakan oleh Alavi et al., (2014) yang telah ditranslasi adalah sebagai berikut :

Aspek	Aitem		Total
	Favorable	Unfavorable	
<i>Commitment to learning</i>	1, 2, 3, 4, 6	5	6
<i>Shared vision</i>	7, 8, 9, 10, 11	12	6
<i>Open Mindedness</i>	13, 15, 16, 18	14, 17	6
<i>Knowledge sharing</i>	19, 20, 21, 22, 23	-	5
	Total		23

Commitment to Learning
CL1-Atasan saya pada dasarnya setuju bahwa kemampuan organisasi untuk belajar adalah kunci keunggulan kompetitif karyawan.
CL2- Nilai-nilai dasar dari organisasi ini termasuk dalam pembelajaran sebagai kunci perbaikan organisasi
CL3- pembelajaran karyawan adalah investasi, bukan sebuah pengeluaran.
CL4- Pembelajaran di organisasi saya dipandang sebagai komoditas utama yang diperlukan untuk menjamin kelangsungan hidup organisasi.
CL5- budaya perusahaan saya adalah budaya yang tidak menjadikan pembelajaran sebagai prioritas utama (R).
CL6 - Kebijaksanaan kolektif dalam perusahaan ini adalah bahwa begitu kita berhenti belajar, maka kita akan membahayakan masa depan kita
Shared Vision
SV1 – dalam training (pelatihan) terdapat konsep yang diungkapkan dengan baik tentang siapa kita dan ke mana kita akan mencapai visi misi perusahaan.
SV2- Ada kesepakatan total mengenai visi perusahaan di semua tingkatan, fungsi dan divisi.

SV3 - Semua karyawan berkomitmen pada tujuan penerapan visi perusahaan
SV4 – karyawan memandang diri sendiri sebagai mitra satu sama lain dalam memetakan arah penerapan visi dan misi perusahaan.
SV5- Pimpinan percaya untuk berbagi visinya untuk divisi dibawahnya
SV6- Perusahaan saya tidak memiliki visi yang jelas untuk seluruh divisi (R).
Open Mindedness
OM1 - Kami tidak takut untuk merefleksikan secara kritis asumsi bersama yang kami miliki tentang cara kami menerapkan visi dan misi perusahaan
OM2- atasan mengabaikan dan tidak memperdulikan “pandangan umum” untuk dipertanyakan (R).
OM3- perusahaan saya sangat menjunjung tinggi keterbukaan.
OM4- atasan mendorong karyawan untuk memiliki pemikiran yang penuh dengan alternatif dan kreatif
OM5- Penekanan pada inovasi perusahaan bukanlah bagian dari budaya perusahaan kami (R).
OM6- Ide – ide orisinil sangat dihargai di dalam perusahaan ini
Knowledge Sharing
KS1 - Ada banyak percakapan organisasi yang membuat pelajaran yang dipetik dari sejarah perusahaan tetap dijalankan
KS2- Kami selalu menganalisis upaya dari organisasi, yang gagal dan mengkomunikasikan pelajaran yang didapat dari kegagalan tersebut secara luas.
KS3- Kami memiliki mekanisme khusus untuk berbagi pelajaran yang dipetik dari training dari departemen ke departemen (unit ke unit, tim ke tim).
KS4- atasan berulang kali menekankan pentingnya berbagi pengetahuan mengenai di perusahaan saya
KS5 - Kami sedikit berusaha dalam berbagi pelajaran dan pengalaman.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan *Organizational Learning Scale* masih layak digunakan sebagai alat test yang mengukur terkait dengan penentuan *Organizational Learning* dalam perusahaan di bidang jasa di Indonesia. Namun, tetap memerlukan perbaikan atau pengurangan aitem yang disesuaikan dengan *index discriminants* nya. Terdapat empat aitem tes yaitu CL5, SV6, OM2, dan OM5 yang tidak layak digunakan sehingga perlu diganti atau digugurkan.

DAFTAR PUSTAKA

Alavi, S., Abd. Wahab, D., Muhamad, N., & Arbab Shirani, B. (2014). Organic structure and organisational learning as the main antecedents of

workforce agility. *International Journal of Production Research*, 52(21).
<https://doi.org/10.1080/00207543.2014.919420>

- Annur, C. M. (2022, 3 23). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Retrieved from databoks.katadata:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Franco, M., & Almeida, J. (2011). Organisational learning and leadership styles in healthcare organisations: An exploratory case study. *Leadership and Organization Development Journal*, 32(8).
<https://doi.org/10.1108/01437731111183739>
- Hamdan. (2018). Industri 4.0: Pengaruh Revolusi Industri pada Kewirausahaan demi Kemandirian Ekonomi. *Jurnal Nusamba*, 3(2), 1-8.
- Howard, D. (2017). *Learning agility in education: analysis of pre-service teacher's learning agility and teaching performance*. Tarleton State University.
- Kurnia, A. (2019). Analisis Tes Kemampuan Berpikir Kritis Matematika Siswa dengan Menggunakan Generalized Partial Credit Model (GPCM). *Pediamatika*, 1(02).
- Lios, E., & Tarigan, J. (2016). Pengaruh *Strategic leadership* Terhadap Competitive Advantage Melalui *Organizational learning* Sebagai Variabel Intervening. *Busines Accounting Review*, 4(1), 231-240.
- Muduli, A. (2016). Exploring the facilitators and mediators of *workforce agility*: an empirical study. *Management Research Review*, 39(12).
<https://doi.org/10.1108/MRR-10-2015-0236>
- Mutiah, T., Razali, G., & Raharjo, A. (2019). STRATEGI MNC GROUP DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI DAN KOMPETISI DI PASAR BISNIS INDUSTRI MEDIA PENYIARAN 4.0. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 2(1), 28-42.
- Nadhira Putri, D., & Mangundjaya, W. (2020). Examining the Effects of Organizational Learning on *Workforce agility* through Psychological Empowerment. *Open Journal for Psychological Research*, 4(2).
<https://doi.org/10.32591/coas.ojpr.0402.02085n>
- Ridlo, S. (2012). Pengembangan tes pengetahuan praktikum biologi berdasarkan Graded Response dan Generalized Partial Credit. *Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan*, 16, 166-182.
- Sumukadas, N., & Sawhney, R. (2004). *Workforce agility* through employee involvement. *IIE Transactions (Institute of Industrial Engineers)*, 36(10).
<https://doi.org/10.1080/07408170490500997>