



PENERBIT ANDI®



LEADING IN KNOWLEDGE DEVELOPMENT

PROGRAM
MAGISTER SAINS
DAN DOKTOR

Penyunting:

Jogiyanto Hartono M., M.B.A., Ph.D., Prof.

METODA PENGUMPULAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA

Kontributor

Ahmad Zaki, S.E., M.Acc.
BM. Purwanto, M.B.A., Ph.D.
Catur Sugiyanto, M.A., Ph.D., Prof.
Dewi Fatmawati, SE., M.Ec.
Eny Sulistyaningrum, M.A., Ph.D.
Indra Bastian, M.B.A., Ph.D., Prof.
Jogiyanto Hartono M., M.B.A., Ph.D., Prof.
Julianto Agung Saputro, S.E., S.Kom., M.Si.
Mahfud Sholihin, M.Acc., Ph.D., Prof.
Mamduh M. Hanafi, M.B.A., Ph.D.
Mudrajad Kuncoro, M.Soc.Sc., Ph.D., Prof.
Nurul Indarti, Siviløkonom, Cand. Merc., Ph.D.

METODA PENGUMPULAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA

Oleh: Jogiyanto Hartono M., M.B.A., Ph.D., Prof. ... [et al.]

Hak Cipta ©2018 pada penulis.

Editor : Jogiyanto Hartono M., M.B.A., Ph.D., Prof.
Setting : Virgo Napitupulu
Desain Cover : Fajar Sunaradi Swasana
Korektor : Julianto Agung Saputro, S.E., S.Kom., M.Si.

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apa pun, baik secara elektronis maupun mekanis, termasuk memfotokopi, merekam atau dengan sistem penyimpanan lainnya, tanpa izin tertulis dari penulis.

Diterbitkan oleh Penerbit ANDI (Anggota IKAPI)

Jl. Beo 38-40, telp (0274) 561881, Fax (0274) 588282 Yogyakarta 55281

Percetakan CV. ANDI OFFSET

Jl. Beo 38-40, telp (0274) 561881, Fax (0274) 588282 Yogyakarta 55281

Hartono, Jogiyanto

METODA PENGUMPULAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA/Jogiyanto Hartono ... [et al.]

– Ed. I. – Yogyakarta: ANDI

27 – 26 – 25 – 24 – 23 – 22 – 21 – 20 – 19 – 18

hlm xxii + 326; 19x23 cm.

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

ISBN: 978 - 979 - 29 - 7024 - 1

I. Judul

1. Research Methods

DDC'23 : 001.42

METODA PENGUMPULAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA

Penyunting:

Jogiyanto Hartono M., M.B.A., Ph.D., Prof.

Kontributor:

Ahmad Zaki, M.Acc.

B. M. Purwanto, M.B.A., Ph.D.

Catur Sugiyanto, M.A., Ph.D., Prof.

Dewi Fatmawati, S.E., M.Ec.

Eny Sulistyaningrum, M.A., Ph.D.

Indra Bastian, M.B.A., Ph.D., Prof.

Jogiyanto Hartono M., M.B.A., Ph.D., Prof.

Julianto Agung Saputro, S.E., S.Kom., M.Si.

Mahfud Sholihin, M.Acc., Ph.D., Prof.

Mamduh M. Hanafi, M.B.A., Ph.D.

Mudrajad Kuncoro, M.Soc.Sc., Ph.D., Prof.

Nurul Indarti, Siviløkonom, Cand. Merc., Ph.D.

Rijadh Djatu Winardi, S.E., M.Mgt.

Rokhima Rostiani, S.E., M.Mgt.

Rr. Tur Nastiti, M.Si., Ph.D.

Suyanto, M.B.A., Ph.D.

Wakhid Slamet Ciptono, M.B.A., Ph.D.

PENERBIT ANDI

METODE PENGUMPULAN DAN TEKNIK ANALISIS DATA

KATA PENGANTAR

Buku ini merupakan buku seri ke 3 yang diterbitkan oleh Magister Sains dan Doktor FEB UGM setelah buku yang pertama berjudul Filosofi Penelitian dan buku kedua yang berjudul Strategi Penelitian Bisnis. Ketiga buku ini ditulis berdasarkan konsep bawang penelitian (*research onion*) yang memberikan rerangka bagaimana melakukan penelitian. Menurut konsep bawang penelitian, konsep paling umum yang mendasari semua penelitian adalah filosofinya. Filosofi penelitian adalah filosofi yang digunakan untuk membangun ilmu pengetahuan lewat suatu penelitian. Peneliti harus menentukan filosofi penelitian yang akan dianutnya, seperti misalnya positivisma, post positivisma, interpretivisma, realisma, pragmatisma, empirisma, idealisma, postmodernisma dan lainnya. Buku pertama yang sudah diterbitkan membahas mengenai filosofi-filosofi penelitian ini.

Setelah peneliti menentukan filosofi penelitian sebagai alirannya, tahap berikutnya adalah menentukan strategi penelitiannya. Strategi-strategi penelitian dapat dikelompokkan dalam penelitian kuantitatif (misalnya survei baik survei manual maupun survei internet, studi kasus kuantitatif, eksperimen, analisis sitasi bibliometrik) dan kualitatif (misalnya studi kasus kualitatif, *grounded theory*, etnografi). Buku seri ke 2 membahas mengenai strategi-strategi penelitian ini.

Setelah strategi penelitian ditentukan, peneliti selanjutnya dapat mengumpulkan data dan menganalisisnya. Untuk ini, peneliti perlu memilih metoda pengumpulan data dan teknik analisis data yang paling sesuai. Buku ketiga ini memfokuskan pada pembahasan ini.

Sesuai dengan judulnya, struktur buku ini dibagi dalam dua bagian besar. Bagian pertama berisi dengan metoda pengumpulan data dan bagian dua berisi dengan teknik analisis data. Metoda pengumpulan data yang dibahas di buku ini adalah kuesioner(bab 1) , observasi partisipasi (bab 2), wawancara (bab 3), *zaltman's metaphor elicitation technique* atau ZMET (bab 4), dan analisis isi (bab 5). Teknik analisis data yang dibahas adalah analisis faktor eksploratori (bab 6), metoda ekonometrika (bab 7), teknik analisis data: *multigroup structural equation modeling* dan *hierarchical regression analysis* (bab 8), aplikasi *analytical hierarchy process* atau AHP (bab 9), *anova* dan *manova* (bab 10), simulasi *bootstrap* untuk teknik analisis statistik (bab 11), dan analisis data kualitatif (bab 12).

Sesuai dengan urutan sistematik penelitian ilmiah, yang akan dibahas terlebih dahulu di buku ini adalah metoda pengumpulan data. Data yang sudah terkumpul selanjutnya akan dianalisis dengan teknik analisis data.

Jogiyanto Hartono dan Julianto Agung Saputro membahas metoda survei menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data di bab 1. Biasanya dengan metoda survei ini, periset mengumpulkan data menggunakan kuesioner yang sudah tersedia yang sudah dikembangkan oleh periset lainnya. Jika kuesioner belum tersedia, maka periset harus membangun kuesioner sendiri. Bab ini membahas keduanya yaitu membangun dan menggunakan kuesioner. Salah satu hal yang penting di dalam pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner adalah realibilitas dan validitas dari instrumen dan data yang diperolehnya. Bab ini juga membahasnya.

Bab 2 mengenai observasi partisipasi dibahas oleh Tur Nastiti. Berlandaskan pada penelitian etnografis yang dilakukan pada ranah ilmu antropologi, tulisan ini menjelaskan aplikasi pengumpulan data dengan metoda observasi partisipasi dalam ranah ilmu manajemen dan bisnis, khususnya manajemen sumber daya manusia. Observasi partisipasi dapat digunakan untuk menangkap data yang bersifat nonverbal dalam interaksi, komunikasi, dan suasana yang dialami langsung pada kondisi riil yang terjadi. Bab ini menjelaskan tentang definisi observasi partisipasi, sejarah dan perkembangan aplikasi observasi partisipasi pada ilmu manajemen, dan teknis pelaksanaan observasi partisipasi yang meliputi tahapan pelaksanaan, aspek etika, cara memulai, catatan lapangan, dan analisis data.

Indra Bastian, Rijadh Djatu Winardi, dan Dewi Fatmawati membahas teknik wawancara baik secara tersruktur maupun wawancara tidak tersruktur di bab 3. Bab ini membahas wawancara tidak hanya sebagai alat saja tetapi lebih menekankan pada interaksi dengan responden. Bab

ini membawa semangat bahwa wawancara adalah salah satu metoda penting dalam riset bisnis dan akuntansi. Bab ini juga mendiskusikan tentang desain dan perencanaan wawancara, diteruskan ke aspek pelaksanaan, dan terakhir adalah bagaimana memahami data wawancara hingga penulisan temuan dari data wawancara.

B. M. Purwanto, dan Rokhima Rostiani di bab 4 membahas teknik ZMET yang relatif masih baru dalam pengumpulan data riset eksploratori di Indonesia. Pembahasan terdiri atas enam bagian. Bagian pertama membahas pendekatan ZMET yaitu eksploratori, emic, dan induktif. Bagian kedua membahas konsep-konsep penting dalam ZMET antara lain mengenai struktur pemikiran, peta mental, *laddering process*, dan analisis konten. Bagian ketiga membahas persiapan wawancara ZMET yang meliputi upaya mendapatkan partisipan dan pemberian tugas pada partisipan untuk sesi wawancara. Bagian keempat membahas proses wawancara terstruktur yang terdiri atas sepuluh langkah. Bagian kelima analisis data yang mencakup proses kodifikasi, penentuan konstruk, dan pembentukan peta mental individual dan peta mental konsensus. Bagian keenam memaparkan beberapa hal pendukung yang perlu diperhatikan dalam menggunakan ZMET.

Metoda pengumpulan data berikutnya dibahas oleh Ahmad Zaki dan Mahfud Sholihin di bab 5 mengenai analisis isi (*content analysis*). Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas tentang penggunaan analisis isi agar dapat diaplikasikan secara lebih tepat oleh peneliti di bidang akuntansi dan bisnis. Bab ini membahas perencanaan dan pelaksanaan analisis isi. Bab ini juga dilengkapi dengan contoh penelitian-penelitian yang menggunakan analisis isi di bidang akuntansi dan bisnis.

Bab 1 sampai dengan bab 5 lebih menekankan pada pembahasan metoda pengumpulan data walaupun sebenarnya beberapa metoda seperti ZMET dan analisis isi juga digunakan untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan dengan metoda tersebut. Bab berikutnya lebih memfokuskan pada pembahasan teknik analisis data yang dimulai dengan pembahasan analisis faktor eksploratori di bab 6 oleh Nurul Indarti. Analisis faktor eksploratori digunakan untuk membentuk pola korelasi berbagai variabel untuk mengkarakteristikkan suatu objek sehingga membentuk suatu pola yang dapat diinterpretasikan. Bab ini membahas proses dari analisis ini, yang berisi dengan pembahasan mengenai pengujian matriks korelasi untuk melihat apakah ada korelasi antar variabel, mengekstrasi variabel-variabel untuk meringkasnya menjadi suatu faktor, rotasi faktor, dan validasinya untuk menilai generalisasi hasil.

Catur Sugiyanto di bab 7 membahas teknik analisis data menggunakan metoda ekonometrika yang merupakan penerapan metoda statistik terhadap data ekonomi mengenai fenomena ekonomi aktual menggunakan teori yang berkembang. Bab ini membedakan antara ekonometrika teoritis dan ekonometrika terapan. Meskipun ekonometrika dapat dikotomikan ke dalam ekonometrika teoritis maupun terapan, namun tujuan-tujuan ekonometrika dapat dipersatukan sebagai alat verifikasi, estimasi, penaksiran, ataupun peramalan. Oleh karena itu, metoda ekonometrika di bab ini membahas metoda estimasi, baik untuk data runtut waktu (*time series*) maupun data kerat silang (*cross-section*).

Teknik analisis data (metoda tunggal kuantitatif) yang dipaparkan oleh Wakhid Slamet Ciptono di Bab 8 ini membahas penggunaan dua alat analisis yaitu *multigroup structural equation modeling* (MSEM) dan *hierarchical regression analysis* (HRA). MSEM yang dibahas digunakan untuk menguji efek moderasi, sedangkan HRA yang dibahas untuk menguji efek mediasi. Bab ini juga memberi contoh penelitian di perusahaan minyak dan gas (migas) yang beroperasi di Indonesia (industri migas).

Bab 9 mengenai aplikasi AHP (*analytical hierarchy process*) didiskusikan oleh Eny Sulistyaningrum. Bab ini membahas bagaimana AHP sebagai teknik analisis digunakan membantu pengambilan keputusan yang sangat komplek untuk menentukan prioritas dalam pengambilan keputusan yang terbaik dengan menangkap berbagai aspek objektif dan subjektif. AHP dapat membantu para peneliti dan pembuat keputusan untuk mendapatkan skala prioritas dengan menggunakan pertimbangan dari pengalaman, pandangan, intuisi dan data asli dari para ahli dalam bidang yang sedang diteliti. Suatu persoalan atau permasalahan akan dipecahkan dalam suatu kerangka berpikir yang terorganisir. Dengan AHP, persoalan yang kompleks dapat disederhanakan dan dipercepat proses pengambilan keputusannya.

Mudrajad Kuncoro membahas *ANOVA* dan *MANOVA* di bab 10. Bab ini bertujuan untuk memahami bagaimana melakukan uji asosiasi dan perbedaan dengan *analysis-of-variance* (*ANOVA*) dan *multivariate analysis-of-variance* (*MANOVA*). Fokus pembahasan *ANOVA* ditekankan pada apa dan kapan menggunakan metoda ini. Untuk *MANOVA*, titik berat pembahasan pada asumsi-asumsi yang digunakan, dan pertanyaan penelitian yang ingin dijawab. Untuk memperjelas pembahasan *ANOVA* maupun *MANOVA*, bab ini memberikan banyak contoh studi-studi empiris yang sudah dilakukan dalam bidang ekonomi, manajemen, dan akuntansi.

Mamduh M. Hanafi di bab 11 membahas simulasi *bootstrap* untuk menyediakan alternatif pengambilan kesimpulan dari metoda *asymptotic* konvensional. Pada metoda *asymptotic* konvensional, peneliti mengasumsikan distribusi tertentu untuk pengujian statistik. Dengan metoda *bootstrap*, peneliti tidak perlu mengasumsikan distribusi yang tertentu untuk pengujian statistik. *Bootstrap* dilakukan dengan melakukan *resample* dengan *replacement* dari data yang ada, dilakukan secara berulang-ulang, sehingga akan diperoleh *pseudo-distribution*. Kemudian, pengujian statistik, pembentukan interval keyakinan suatu *estimator* bisa dilakukan. Bab ini membicarakan teknik *bootstrap* untuk pengujian rata-rata, perbandingan rata-rata, dan analisis regresi. Bab ini juga menyajikan *coding* dengan perangkat lunak *Excel* dan *SAS* untuk melakukan *bootstrap*.

Buku ini ditutup dengan bab 12 oleh Suyanto yang membahas analisis data kualitatif. Keunggulan penelitian kualitatif dibanding dengan penelitian kuantitatif umumnya terletak pada kedalaman (*depth*) dan kekayaan (*richness*) informasi yang terkandung didalamnya. Penelitian kuantitatif lebih menekankan pada reliabilitas dan validitasnya secara numerik. Penelitian kualitatif lebih menekankan pada proses pengumpulan dan analisis data yang dapat dipercaya (*trustworthiness*), untuk memperoleh kesimpulan yang kredibel yang merefleksikan kedalaman dan kekayaan data. Pada saat ini, seorang peneliti sering mendapatkan data kualitatif yang berlimpah dan beraneka ragam bentuknya, sehingga proses analisis data secara manual tidak memungkinkan lagi untuk mengadministrasikan data tersebut secara efisien dan efektif. Bab ini membahas perbedaan analisis data secara manual dan elektronis (berbantuan *software*), proses analisis data kualitatif, pelaporan hasil analisis, dan cara meningkatkan kualitas penelitian kualitatif.

Buku ini diterbitkan dan didukung sepenuhnya oleh Program Magister Sains dan Doktor FEB Universitas Gadjah Mada. Program Magister Sains dan Doktor (MD) FEB UGM berkepentingan mendukung buku ini dengan beberapa alasan sebagai berikut ini.

1. Mendukung misi Program MD untuk menghasilkan lulusan yang mempunyai kualitas penelitian yang baik.
2. Komitmen program MD untuk menyediakan fasilitas pengetahuan tentang penelitian yang dapat dibaca oleh mahasiswa dan peneliti lainnya untuk meningkatkan kualitas penelitiannya.

3. Memberikan wadah kepada dosen-dosen dan mahasiswa-mahasiswa program doktor FEB UGM untuk menyebarkan pengetahuannya supaya lebih berimpak kepada peneliti-peneliti yang membutuhkannya.

Kami menyadari masih banyak kekurangan baik dalam bentuk isi materi buku maupun penyajiannya. Oleh karena itu, saran dan masukan yang membangun untuk perbaikan buku ini sangat kami apresiasi.

Pada kesempatan ini penyunting ingin mengucapkan terimakasih kepada semua penulis bab yang sudah memberi kontribusi, sehingga buku ini dapat selesai dan diterbitkan. Semoga dengan diterbitkannya buku ini akan memberikan banyak manfaat dan dampak kepada pihak-pihak yang membacanya.

Bulaksumur, 25 Agustus 2018
Kampus Program MD FEB UGM

Jogiyanto Hartono
Penyunting

DAFTAR ISI RINGKAS

Bab 1

KUESIONER..... 1

Jogiyanto Hartono

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Julianto Agung Saputro

Dosen STIE YKPN Yogyakarta

Bab 2

OBSERVASI PARTISIPASI SEBAGAI METODA PENGUMPULAN DATA 31

Tur Nastiti

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 3

METODA WAWANCARA.....53

Indra Bastian

Rijadh Djatu Winardi

Dewi Fatmawati

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 4

ZALTMAN'S METAPHOR ELICITATION TECHNIQUE (ZMET) 101

B. M. Purwanto

Rokhima Rostiani

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 5

CONTENT ANALYSIS UNTUK PENELITIAN AKUNTANSI DAN BISNIS 129

Ahmad Zaki

Mahfud Sholihin

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 6

ANALISIS FAKTOR EKSPLORATORI:

KONSEP DAN IMPLEMENTASI DALAM PENELITIAN BISNIS..... 147

Nurul Indarti

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 7

METODA EKONOMETRIKA..... 167

Catur Sugiyanto

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 8

TEKNIK ANALISIS DATA:

MULTIGROUP STRUCTURAL EQUATION MODELING DAN HIERARCHICAL REGRESSION ANALYSIS..... 193

Wakhid Slamet Ciptono

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 9

APLIKASI AHP (*ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS*) UNTUK *HIERARCHICAL ANALYSIS*..... 219

Eny Sulistyaningrum

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 10

ANOVA DAN MANOVA 245

Mudrajad Kuncoro

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 11

SIMULASI *BOOTSTRAP* SEBAGAI TEKNIK STATISTIK: PENGANTAR..... 275

Mamduh M. Hanafi

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

Bab 12

ANALISIS DATA KUALITATIF297

Suyanto

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB), Universitas Gadjah Mada

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	III
DAFTAR ISI	IX

Bab 1

KUESIONER.....	1
1.1. Pendahuluan.....	1
1.2. Mengembangkan Kuesioner	1
1.2.1. Memahami Latar Belakang Survei	3
1.2.2. Mengembangkan Kerangka Konseptual dan Operasional Kuesioner	3
1.2.3. Purwa-Uji (<i>Pre-test</i>)	6
1.2.4. Menulis Item-Item Pertanyaan	7
1.2.5. Desain Visual	18
1.2.6. Ulasan Panel Pakar	19
1.3. Menggunakan Kuesioner.....	21
1.3.1. Uji Pilot	21
1.3.2. Uji Lapangan (<i>Field Test</i>)	22

1.4.	Menyiapkan Data Survei untuk Analisis	24
------	---	----

DAFTAR PUSTAKA.....	29
----------------------------	-----------

Bab 2

OBSERVASI PARTISIPASI SEBAGAI METODA PENGUMPULAN DATA	31
--	-----------

2.1.	Memahami Observasi Partisipasi	31
------	--------------------------------------	----

2.2.	Pengamatan Biasa dan Pengamatan Terlibat	32
------	--	----

2.3.	Posisi Peneliti dalam Observasi Partisipasi	38
------	---	----

2.4.	Sejarah Observasi Partisipasi.....	39
------	------------------------------------	----

2.5.	Observasi Partisipasi pada Ilmu Manajemen.....	40
------	--	----

2.6.	Tahapan dalam Observasi Partisipasi	42
------	---	----

2.7.	Mengapa Observasi Partisipasi Penting Dilakukan?	43
------	--	----

2.8.	Aspek Etika dan Langkah Memulai Observasi Partisipasi	44
------	---	----

2.9.	Catatan Lapangan (<i>Field Note</i>)	47
------	--	----

2.10.	Analisis Data	49
-------	---------------------	----

2.11.	Penutup.....	49
-------	--------------	----

DAFTAR PUSTAKA.....	51
----------------------------	-----------

Bab 3

METODA WAWANCARA.....	53
------------------------------	-----------

3.1.	Pendahuluan.....	53
------	------------------	----

3.2.	Aspek Filosofis Wawancara	55
------	---------------------------------	----

3.3.	Ragam Wawancara.....	59
------	----------------------	----

3.4.	Persiapan Melakukan Wawancara	64
------	-------------------------------------	----

3.5.	Pelaksanaan Wawancara	69
------	-----------------------------	----

3.6.	Transkripsi Hasil Wawancara	70
------	-----------------------------------	----

3.7.	Analisis Data Wawancara.....	71
3.8.	Menggabungkan Hasil Wawancara dengan Data Lain	74
3.9.	Penulisan Hasil Wawancara	75
3.10.	Penulisan Artikel Riset Kualitatif Berbasis Hasil Wawancara.....	82
3.11.	Peran Konteks dan Isu Lain dalam Analisis Transkrip Wawancara	83
3.12.	Menilai Kualitas Hasil Riset Wawancara.....	86
3.13.	Isu-Isu Lain dalam Wawancara	87
3.13.1.	Wawancara dan Saturasi Data	87
3.13.2.	Kritik dan Keterbatasan Metoda Wawancara.....	91
3.13.3.	Isu dan Solusi Validitas, Reliabilitas, dan Generalisasi dalam Wawancara....	91
3.13.4.	Pengajaran Metoda Wawancara.....	92
	DAFTAR PUSTAKA.....	96

Bab 4

	ZALTMAN'S METAPHOR ELICITATION TECHNIQUE (ZMET)	101
4.1.	Pendekatan Penelitian	101
4.2.	Konsep-Konsep Penting dalam ZMET	103
4.2.1.	Model Mental	103
4.2.2.	Analisis Konten	106
4.2.3.	<i>Laddering</i>	109
4.3.	Persiapan Pelaksanaan ZMET	110
4.4.	Proses Wawancara dalam ZMET	113
4.4.1.	Langkah 1: Penyampaian Cerita (<i>Storytelling</i>)	113
4.4.2.	Langkah 2: Gambar yang Tidak Dapat Ditemukan (<i>Missed Images</i>).....	115
4.4.3.	Langkah 3: Mengelompokkan Gambar (<i>Sorting Task</i>).....	116
4.4.4.	Langkah 4: Pengungkapan Konstruksi (<i>Construct Elicitation</i>).....	117

4.4.5.	Langkah 5: Gambar yang Paling Mewakili (<i>The Most Representative Picture</i>).....	119
4.4.6.	Langkah 6: Gambar yang Berlawanan (<i>Opposite Images</i>).....	119
4.4.7.	Langkah 7: Citra Sensori (<i>Sensory Images</i>)	121
4.4.8.	Langkah 8: Peta Mental (<i>Mental Map</i>).....	121
4.4.9.	Langkah 9: Gambar Ringkasan (<i>Summary Images</i>).....	124
4.5.	Analisis Data dalam ZMET.....	124
4.6.	Beberapa Hal yang Perlu Diperhatikan dalam ZMET	125
DAFTAR PUSTAKA.....		127

Bab 5

CONTENT ANALYSIS UNTUK PENELITIAN AKUNTANSI DAN BISNIS.....		129
5.1.	Pendahuluan.....	129
5.2.	Merencanakan dan Mendesain Analisis Isi.....	130
5.3.	Melakukan Analisis Isi.....	133
5.4.	Contoh Penggunaan Analisis Isi untuk Penelitian Akuntansi dan Bisnis	138
5.5.	Kesimpulan	142
DAFTAR PUSTAKA.....		143

BAB 6

ANALISIS FAKTOR EKSPLORATORI: KONSEP DAN IMPLEMENTASI DALAM PENELITIAN BISNIS.....		147
6.1.	Pendahuluan.....	147
6.2.	Konsep Dasar.....	149
6.3.	Tujuan Analisis Faktor	150
6.4.	Kapan Dilakukan Analisis Faktor	151

6.4.1.	Unit Analisis	152
6.4.2.	Tipe dan Jumlah Variabel.....	152
6.4.3.	Ukuran Sampel.....	152
6.4.4.	Asumsi Konseptual.....	153
6.4.5.	Matriks Korelasi	153
6.5.	Ekstraksi Faktor	154
6.5.1.	Metoda Ekstraksi Faktor.....	155
6.5.2.	Penentuan Jumlah Faktor.....	155
6.5.3.	Matriks Faktor	156
6.6.	Rotasi Faktor	158
6.7.	Penamaan/Label Faktor.....	161
6.8.	Validasi.....	161
6.9.	Aplikasi Analisis Faktor dalam Penelitian.....	162
6.9.1.	Identifikasi Tujuan Penelitian Analisis Faktor	162
6.9.2.	Penentuan Desain Analisis Faktor.....	162
6.9.3.	Ekstraksi dan Rotasi Faktor.....	163
6.9.4.	Penamaan Faktor.....	165
6.9.5.	Validasi Faktor	165
6.10.	Simpulan.....	165
	DAFTAR PUSTAKA.....	166

BAB 7

	METODA EKONOMETRIKA.....	167
7.1.	Pendahuluan.....	167
7.2.	Model Ekonomi.....	168
7.3.	Stasionaritas Data.....	171

7.4.	Model Jangka Panjang: Kointegrasi	173
7.5.	Model Jangka Pendek: <i>Error Correction Mechanism</i> (ECM)	174
7.6.	<i>Variabel Dummy</i>	175
7.7.	<i>Limited Dependent Variables - Truncation, Censoring, dan Sample Selection</i>	178
7.8.	Model Logit, Probit, dan Tobit.....	178
7.9.	<i>The Generalized Regression Model and Heteroscedasticity</i>	180
7.10.	Persamaan Simultan	183
7.11.	Regresi Runtun Waktu	185
7.12.	<i>Vector Autoregressive dan Vector Error Correction Models</i>	186
7.13.	Regresi dengan Data Panel	188
7.14.	Penutup.....	191
	DAFTAR PUSTAKA.....	192

Bab 8

TEKNIK ANALISIS DATA:

MULTIGROUP STRUCTURAL EQUATION MODELING DAN HIERARCHICAL

	<i>REGRESSION ANALYSIS</i>.....	193
8.1.	Pendahuluan.....	193
8.2.	Analisis Data	195
8.3.	Teknik Analisis Data & Model Penelitian.....	200
	8.3.1 <i>Multigroup Structural Equation Modeling</i> (MSEM).....	200
	8.3.2 <i>Hierarchical Regression Analysis</i> (HRA)	203
8.4.	Hasil Analisis Data.....	205
	8.4.1 Hasil <i>Multigroup Structural Equation Modeling</i> (MSEM)	205
	8.4.2 Hasil <i>Hierarchical Regression Analysis</i> (HRA)	210

8.5. Penutup dan Hikmah.....	214
------------------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA.....	217
----------------------------	------------

Bab 9

APLIKASI AHP (<i>ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS</i>) UNTUK <i>HIERARCHICAL ANALYSIS</i>.....	219
---	------------

9.1. Pendahuluan.....	219
-----------------------	-----

9.2. Tahapan Dalam AHP	220
------------------------------	-----

9.2.1. Membangun Model Hierarki	220
---------------------------------------	-----

9.2.2. Mendesain Kuesioner	221
----------------------------------	-----

9.2.3. Penentuan Prioritas (Pembobotan) untuk Kriteria.....	223
---	-----

9.2.4. Melakukan Pengecekan Konsistensi.....	227
--	-----

9.3. Contoh Aplikasi AHP: Penggunaan AHP dalam Pemeringkat Calon Presiden.....	230
--	-----

9.3.1. Pengumpulan Data (Contoh: Kriteria Capres).....	230
--	-----

9.3.2. Skala Prioritas Masing-Masing Alternatif Kandidat.....	237
---	-----

9.3.3. Penentuan Peringkat Alternatif.....	239
--	-----

9.4. Penutup.....	241
-------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA.....	242
----------------------------	------------

Bab 10

ANOVA DAN MANOVA.....	245
------------------------------	------------

10.1. Pendahuluan.....	245
------------------------	-----

10.2. Asosiasi	246
----------------------	-----

10.3. ANOVA	248
-------------------	-----

10.3.1. Apa dan Kapan Menggunakan?	248
--	-----

10.3.2. Data yang Dibutuhkan	249
------------------------------------	-----

10.3.3.	Uji Hipotesis.....	250
10.3.4.	Contoh Studi Empiris Menggunakan ANOVA	251
10.4.	Metoda MANOVA.....	260
10.4.1.	Apa dan Kapan Menggunakan MANOVA?	260
10.4.2.	Asumsi	261
10.4.3.	Pertanyaan Penelitian	262
10.4.4.	Contoh Studi Menggunakan MANOVA.....	262
DAFTAR PUSTAKA.....		273

Bab 11

SIMULASI *BOOTSTRAP* SEBAGAI TEKNIK STATISTIK: PENGANTAR..... 275

11.1.	Pendahuluan.....	275
11.2.	Review Teknik <i>BOOTSTRAP</i>	276
11.3.	Aplikasi Teknik <i>BOOTSTRAP</i>	278
11.3.1.	<i>Bootstrap</i> untuk Mengevaluasi Rata-Rata.....	278
11.3.2.	<i>Bootstrap</i> untuk Menghitung Perbedaan Rata-Rata Dua Sampel	279
11.3.3.	<i>Bootstrap</i> untuk Analisis Regresi	283
11.4.	Penutup.....	288

DAFTAR PUSTAKA..... 289

LAMPIRAN 290

Lampiran 1.	<i>Coding</i> dalam <i>Excel</i> untuk Mengevaluasi Rata-Rata Populasi.....	290
Lampiran 2.	Program <i>Macro Excel</i> Untuk Menjalankan <i>Bootstrap</i> Perbedaan Rata-Rata Dua Sampel	291
Lampiran 3.	Program SAS untuk <i>Bootstrap</i> Regresi.....	292

Bab 12

ANALISIS DATA KUALITATIF	297
12.1. Pendahuluan.....	297
12.2. Perbedaan Analisis Data Kualitatif Secara Manual dan Berbantuan Perangkat Lunak (<i>Software</i>).....	299
12.3. Analisis Data Kualitatif	300
12.3.1. Pengumpulan Data	302
12.3.2. Pereduksian Data	303
12.3.3. Penyajian Data	309
12.3.4. Penarikan atau Pemverifikasian Kesimpulan	312
12.4. Melaporkan Hasil Analisis Data Kualitatif	312
12.5. Meningkatkan Kualitas Penelitian Kualitatif	315
12.5.1. Kredibilitas	318
12.5.2. Transferabilitas.....	319
12.5.3. Dependabilitas.....	319
12.5.4. Konfirmabilitas	320
12.6. Penutup.....	320
DAFTAR PUSTAKA.....	321
BIODATA PENULIS.....	323
INDEKS	327

Bab 1

KUESIONER

Jogiyanto Hartono

Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis (FEB)

Universitas Gadjah Mada

Julianto Agung Saputro

Dosen STIE YKPN Yogyakarta

1.1. Pendahuluan

Bab ini membahas bagaimana kuesioner dibangun dan digunakan untuk mendapatkan data dari responden-responden. Kuesioner merupakan teknik terbaik untuk mendapatkan data dari responden-responden yang banyak jumlahnya yang lokasinya tersebar secara geografik.

Jika kuesioner belum tersedia, maka peneliti harus membuat terlebih dahulu kuesionernya. Bab ini akan membahas tahapan-tahapan dalam pembuatan kuesioner. Pembahasan bab akan dilanjutkan dengan pembahasan tahap-tahap dalam penggunaan kuesioner. Kuesioner yang digunakan dapat berasal dari kuesioner yang dikembangkan sendiri atau dari kuesioner sejenis yang sudah dikembangkan oleh peneliti sebelumnya.

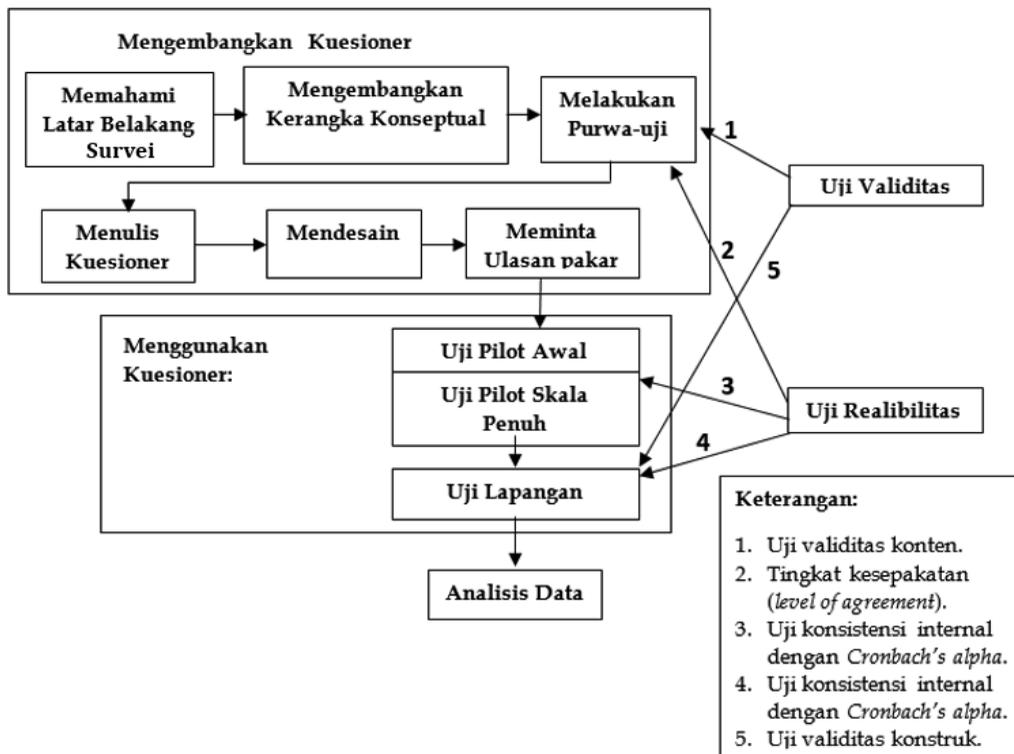
1.2. Mengembangkan Kuesioner

Mengembangkan kuesioner bukan hal yang mudah. Mengembangkan kuesioner membutuhkan pengetahuan teori dan pengukuran yang mendalam. Membuat kuesioner juga membutuhkan waktu yang tidak singkat. Oleh karena itu disarankan jika kuesioner sejenis yang relevan sudah tersedia dari penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti dapat menggunakannya dengan disesuaikan untuk penelitian yang akan dilakukan. Jika kuesioner belum tersedia karena belum dikembangkan oleh peneliti sebelumnya, maka peneliti harus mengembangkan sendiri kuesionernya.

Mengembangkan kuesioner dapat terdiri dari lima tahap berturut-turut, yaitu sebagai berikut ini.

1. Memahami latar belakang survei.
2. Mengembangkan kerangka konseptual dan operasional kuesioner.
3. Melakukan purwa-uji (*pre-test*).
4. Menulis kuesioner.
5. Mendesain visual.
6. Meminta ulasan pakar.

Langkah-langkah mengembangkan kuesioner ini dapat dilihat di gambar 1.1 berikut ini.



Gambar 1.1. Proses membuat kuesioner

1.2.1. Memahami Latar Belakang Survei

Memahami latar belakang survei merupakan tahap awal dalam membangun kuesioner survei. Memahami latar belakang survei dimaksudkan untuk mendapatkan pemahaman awal mengapa survei dilakukan. Tahap ini dilakukan dengan memahami pertanyaan-pertanyaan penelitian, tujuan penelitian dan hipotesis-hipotesis yang akan diuji. Pertanyaan-pertanyaan penelitian, tujuan penelitian dan hipotesis-hipotesis ini akan sangat mempengaruhi desain kuesioner yang akan dibuat.

Sebagai contoh adalah penelitian Moore dan Benbasat (1991). Mereka mengembangkan instrumen surveinya sendiri. Mereka mengembangkan survei dimulai dengan tujuan penelitiannya adalah untuk mengukur persepsi-persepsi pemakai dalam mengadopsi inovasi teknologi informasi. Contoh lainnya adalah penelitian Davis (1989) yang mengembangkan instrumen survei. Tujuan penelitian Davis (1989) adalah untuk menemukan kepercayaan-kepercayaan (*beliefs*) yang mempengaruhi pengguna untuk menerima teknologi.

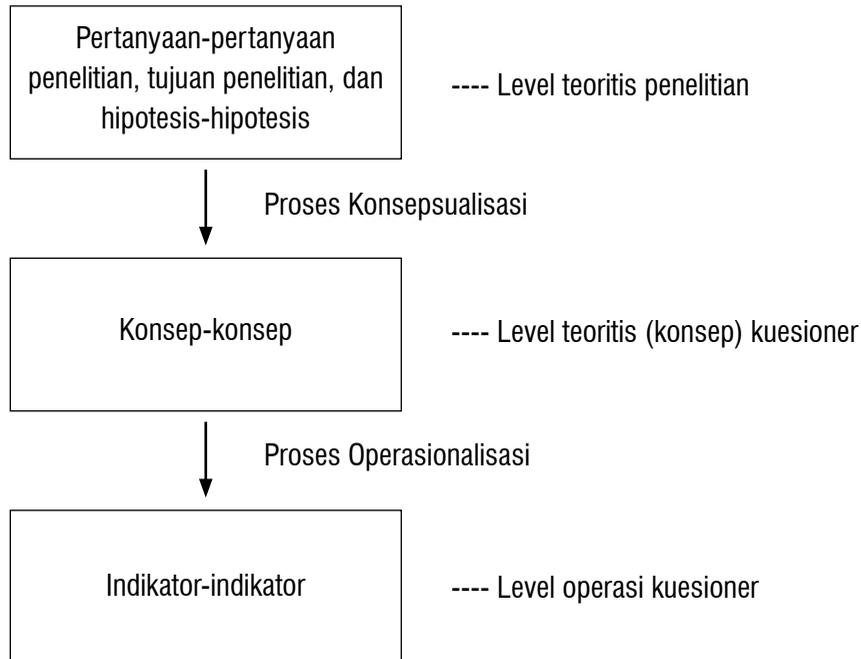
Selain itu, pemahaman latar belakang survei juga akan mempengaruhi responden yang akan digunakan dalam penelitian. Hal yang perlu diperhatikan dalam menentukan target responden adalah siapa responden yang akan dipilih, latar belakangnya, tingkat pendidikannya, dan akses terhadap responden. Pemahaman responden akan menentukan metoda pemilihan sampel dari responden.

1.2.2. Mengembangkan Kerangka Konseptual dan Operasional Kuesioner

Memahami latar belakang survei dengan memahami pertanyaan-pertanyaan penelitian, tujuan penelitian dan hipotesis-hipotesis yang akan diuji masih merupakan pemahaman di level teoritis. Kerangka teoritis diperlukan juga untuk mendukung pembentukan survei. Kerangka teoritis di survei dibentuk dari konsep-konsep yang akan digunakan di survei. Proses mengkonsepkan tujuan, pertanyaan-pertanyaan dan hipotesis-hipotesis penelitian ini disebut dengan konseptualisasi. Kerangka teoritis (konsep) perlu dioperasikan supaya dapat diukur dengan data dan diuji hasilnya. Proses mengoperasikan konsep menjadi indikator-indikator terukur disebut dengan operasionalisasi. Lebih lanjut menurut Hox (1997), konseptualisasi merupakan pembentukan konsep dan definisi sub-domain, sedangkan operasionalisasi merupakan terjemahan dari konsep

teoritis ke dalam variabel yang diamati dengan menentukan indikator empiris untuk konsep dan sub-domain.

Proses konseptualisasi dan operasionalisasi dapat digambarkan sebagai berikut ini.



Gambar 1.2. Konseptualisasi dan operasionalisasi kuesioner

Baik proses konseptualisasi dan operasionalisasi dilakukan dengan dukungan literatur-literatur yang ada. Untuk maksud ini kaji literatur (*literature review*) perlu dilakukan. Biasanya yang digunakan di kaji literatur adalah buku-buku dan hasil-hasil penelitian sejenis yang sudah dilakukan.

Dari literatur yang ada sebelumnya dapat diperoleh informasi mengenai teori-teori yang relevan, konsep konstruk-konstruk dan variabel-variabel dan pertanyaan-pertanyaan survei yang sudah digunakan di penelitian-penelitian sebelumnya. Teori-teori yang relevan dan konsep konstruk-konstruk dan variabel-variabel yang didapatkan dapat digunakan untuk mengembangkan

konsep-konsep yang akan digunakan di penelitian, sedang pertanyaan-pertanyaan survei yang sudah digunakan di penelitian-penelitian sebelumnya bermanfaat untuk mengoperasikan konsep-konsepnya.

Penggunaan literatur sebelumnya sebaiknya diutamakan pada isu survei yang serupa. Literatur yang ada dapat digunakan sebagai pembandingan survei pada topik dan kondisi sebanding, yang telah dilakukan sebelumnya. Pertanyaan yang dapat digunakan sebagai acuan untuk memilih literatur sebelumnya adalah sebagai berikut.

- Apakah literatur memuat survei yang hampir sama atau sebanding dengan yang akan dikembangkan?
- Apa jenis pengujian yang dilakukan dan bagaimana hasilnya?
- Bagaimana rekomendasi pada desain yang disajikan?

Tahap berikutnya setelah mendapatkan informasi dari kaji literatur adalah melakukan proses konseptualisasi dengan mengidentifikasi konsep-konsep relevan yang diperoleh dari literatur. Sebagai contoh adalah penelitian Moore dan Benbasat (1991). Berdasarkan tujuan penelitian mereka dan dari hasil kaji literatur yang mendalam, mereka menemukan 7 konsep-konsep untuk mengukur persepsi-persepsi pemakai dalam mengadopsi inovasi teknologi informasi. Konsep-konsep ini adalah 1) Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*), 2) Kompabilitas (*Compatibility*), 3) Kemudahan Penggunaan (*Ease of Use*), 4) Keteramatan (*Observability*), 5) Triabilitas (*Triability*), 6) Imej (*Image*), dan 7) Kesukarelaan Penggunaan (*Voluntariness of Use*).

Konsep-konsep masih belum dapat diukur dengan jelas. Supaya konsep-konsep dapat diukur maka harus dapat dijabarkan dalam level operasional. Proses ini disebut dengan operasionalisasi. Proses operasionalisasi dilakukan dengan menjabarkan konsep-konsep menjadi indikator-indikator. Indikator-indikator ini dapat berupa pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan terukur dalam kuesioner.

Hox (1997) menyatakan ada dua perspektif untuk menjembatani antara teori (konsep) dan variabel diamati (operasionalisasi atau pengukuran) yaitu pendekatan dipicu oleh teori (*theory driven*) dan pendekatan dipicu secara empiris (*empirical driven*).

1. Pendekatan operasionalisasi dipicu teori.
Pendekatan dipicu teori mendefinisikan konsep-konsep secara teoritis dengan memisahkan topik ke dalam sub-domain sebagai komponen atau dimensi terpisah (Fiske 1971). Sub-dimensi membentuk spesifikasi yang lebih rinci dari makna konstruk teoritis.
2. Pendekatan operasionalisasi dipicu empiris.
Pendekatan dipicu empiris menggunakan data untuk mengembangkan konsep dan teori-teori atau melibatkan kelompok observasi. Jika menggunakan metoda penyampelan konten, maka pertanyaan-pertanyaan yang relevan untuk topik dikumpulkan dan diuji dengan analisis faktor. Pendekatan ini menuntut data yang relevan serta pengetahuan yang mendalam tentang topik yang tersedia. Ada risiko tertentu ketika menyeleksi item yang relevan karena dapat menghilangkan bagian item yang penting. Pada awal penelitian, pertanyaan potensial dipilih dengan analisis faktor eksploratori (*exploratory factor analysis*) atau cara lain yang sejenis. Kemudian faktor-faktor ini dianalisis secara terpisah untuk menguji faktor-faktor tunggal manakah yang dapat digunakan.

Moore dan Benbasat (1991) menggunakan pendekatan dipicu empiris untuk proses operasionalisasinya. Dari hasil kaji literatur, penelitian ini mengidentifikasi sebanyak 94 item-item pertanyaan untuk mengoperasikan 7 konsep-konsep konstruk untuk mengukur persepsi-persepsi pemakai dalam mengadopsi inovasi teknologi informasi.

1.2.3. Purwa-Uji (*Pre-test*)

Purwa-uji (*pre-test*) merupakan uji sebelum (purwa) dilakukan uji terhadap responden sebenarnya. Akan sangat mahal jika kuesioner sudah dibagikan kepada responden yang besar tetapi ternyata kuesioner tersebut masih bermasalah, sehingga proses pengiriman kepada responden tersebut harus diulangi setelah kuesioner diperbaiki. Oleh karena itu, sebelum kuesioner dibagikan kepada responden sebenarnya, maka harus sudah diyakinkan bahwa kuesioner tersebut sudah valid dan reliabel.

Purwa-uji dimaksudkan untuk menguji kuesioner sebelum dibagikan kepada responden yang sebenarnya. Di tahap purwa-uji, dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas dari kuesioner untuk meyakinkan bahwa kuesioner sudah valid dan reliabel. Uji validitas yang dilakukan di tahap

purwa-uji ini adalah uji validitas isi (*content validity*). Uji validitas isi digunakan untuk menguji seberapa besar item-item di kuesioner mewakili konsep yang diukur. Untuk dapat menentukan apakah item-item pertanyaan sudah sesuai dengan konsep teorinya, uji validitas isi ini biasanya dilakukan dengan meminta pendapat pakar.

Validitas isi merupakan validitas internal (*internal validity*). Validitas isi (*content validity*) menunjukkan tingkat seberapa besar item-item di instrumen mewakili konsep yang diukur. Validitas isi memuat tes yang menguji isi yang relevan dengan tujuan yang akan diukur. Jika instrumen yang digunakan secara cukup mencakup topik yang sudah didefinisikan sebagai dimensi-dimensi dan elemen-elemen yang relevan menggambarkan konsepnya, maka dapat dikatakan bahwa instrumen tersebut mempunyai validitas isi yang baik (Hartono 2008).

Di penelitian Moore dan Benbasat (1991), pakar-pakar diminta untuk mengelompokkan 94 item-item pertanyaan yang sudah diperoleh di kaji literatur ke dalam 7 kategori konstruksinya. Validitas isi diuji dengan menghitung kesepakatan banyaknya item-item yang sama yang diletakkan di masing-masing konstruk oleh masing-masing pakar. Uji reliabilitas diukur dengan tingkat kesepakatan (*level of agreement*) pasangan pakar dalam mengkategorikan item-item.

1.2.4. Menulis Item-Item Pertanyaan

Pertanyaan-pertanyaan di kuesioner merupakan sekumpulan kata-kata yang meminta responden untuk memberikan informasinya. Pertanyaan dalam kuesioner menentukan bagaimana responden akan menafsirkannya dan menjawabnya. Cara bertanya di item-item kuesioner akan berdampak pada perilaku responden menjawabnya dan selanjutnya akan berdampak pada kualitas data yang diperoleh.

Pertanyaan pada kuesioner harus memberikan kontribusi untuk meminimalkan kesalahan karena kualitas kuesionernya dan karena jawaban respondennya. Penulisan dan format pertanyaan yang baik menjadi penting untuk mencapai kuesioner yang berkualitas. Untuk meminimalkan kesalahan di kuesioner, harus diperhatikan jenis pertanyaan yang akan digunakan, format pertanyaan, dan frasenya.

Jenis Pertanyaan

Pertanyaan survei dibagi menjadi 4 jenis menurut informasi atau data yang dapat diperoleh, yaitu: faktual, perilaku, pendapat, dan pertanyaan hipotetis.

1. **Pertanyaan faktual.** Pertanyaan-pertanyaan faktual adalah pertanyaan tentang fakta. Sebagai contoh responden ditanya tentang kepemilikan, misalnya: apakah memiliki komputer?, atau pertanyaan tentang karakteristik bisnis, misalnya: berapa jumlah cabang yang dimiliki?
2. **Pertanyaan perilaku.** Pertanyaan ini memerlukan informasi tentang aktivitas atau bisnis responden, misalnya “Apakah Anda berniat membeli barang X secara *online*?”. Pertanyaan perilaku sebaiknya digunakan secara hati-hati karena responden sering kali sulit untuk mengingat kembali (*recall*). Topik sebaiknya dibatasi pada hal yang mudah untuk diingat oleh responden.
3. **Pertanyaan pendapat.** Pertanyaan-pertanyaan ini untuk mengukur pendapat subjektif dan bukan fakta, misalnya: “Apakah Anda mendukung orang itu?” Pertanyaan pendapat memiliki dua komponen: objek dan dimensi evaluatif. Dimensi yang paling umum adalah tentang persetujuan (SETUJU atau TIDAK SETUJU), kebenaran (BENAR atau SALAH), penilaian (BAIK atau BURUK), pentingnya (PENTING atau TIDAK PENTING), dan intensitas (MINIMUM atau MAKSIMUM). Salah satu sikap responden yang sering ada pada pertanyaan pendapat adalah persetujuan. Proses ini terjadi ketika responden ditanya apakah mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan. Hal ini juga dapat muncul untuk pertanyaan yang membutuhkan jawaban ya atau tidak. Responden cenderung setuju bila pertanyaannya ambigu atau sulit untuk dijawab. Efeknya menjadi berlebihan ketika responden lelah atau harus menjawab serangkaian pertanyaan panjang dengan kategori respon yang sama.
4. **Pertanyaan hipotetis.** Pertanyaan hipotetis merupakan pertanyaan yang terkait dengan “apa yang akan Anda lakukan jika ...?” Pertanyaan hipotetis tidak mewajibkan responden untuk melakukan sesuatu, sehingga lebih mudah untuk setuju dengan pernyataan daripada menentangnya. Hal ini berlaku terutama jika pernyataan itu lebih diterima secara sosial untuk setuju. Pertanyaan hipotetis sebaiknya dihindari karena kebanyakan orang tidak dapat memprediksi perilakunya dengan baik. Banyak orang menanggapi pertanyaan hipotetis berdasarkan persepsinya tentang probabilitas yang akan terjadi

pada suatu peristiwa. Oleh karena itu, pertanyaan hipotetis sebaiknya dihindari atau hanya digunakan ketika mengacu kejadian hipotetis pada situasi responden biasa menghadapinya.

Format Pertanyaan

Berdasarkan formatnya, pertanyaan dapat diklasifikasikan menjadi terbuka atau tertutup, tergantung pada kebebasan dalam menjawab pertanyaan.

1. **Pertanyaan terbuka.** Pertanyaan terbuka memungkinkan responden untuk menjawab dengan menggunakan kata-katanya sendiri. Sebagai contoh: “Apa hobi Anda?”. Keuntungan dari pertanyaan terbuka adalah memungkinkan banyak dan beragam jawaban. Pertanyaan terbuka menuntut responden harus menulis jawaban. Pendekatan yang baik pada penggunaan pertanyaan terbuka adalah dengan memberikan beberapa contoh atau petunjuk tentang cara untuk menjawab. Tempat pengisian jawaban memiliki ruang yang cukup untuk menjawab.
2. **Pertanyaan tertutup.** Pertanyaan tertutup merupakan pertanyaan dengan jawaban yang sudah ditentukan, responden dapat memilih jawaban yang sesuai. Semua alternatif yang mungkin dalam pertanyaan tertutup harus disediakan. Harus berhati-hati untuk memberikan kategori jawaban yang mencerminkan karakteristik responden atau pengalaman. Jawaban harus mencakup berbagai variasi di seluruh sampel survei atau populasi.

Frase Pertanyaan

Penyusunan kalimat pertanyaan penting untuk diperhatikan karena pembentukan kalimat pertanyaan yang mudah dipahami memberikan pengaruh pada kualitas data yang diperoleh. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan pertanyaan adalah: bahasa, kata-kata, panjang kalimat dan penekanan.

1. **Bahasa.** Bahasa dalam kuesioner menentukan kualitas kuesioner, karena bahasa yang baik membuat responden dapat sepenuhnya memahami apa yang diminta sehingga dapat memberikan informasi yang tepat. Pada survei populasi umum, responden

berasal dari berbagai strata dan kemampuan tingkat sosial yang berbeda. Kemampuan responden untuk memahami pertanyaan dan penjelasan sangat bervariasi.

Pendesain kuesioner harus memperhatikan beberapa ekspektasi dari responden sebagai berikut.

- Responden memiliki kosakata yang terbatas. Responden memahami kalimat-kalimat pendek dengan tanda baca sederhana, akan menjadi bingung dengan penjelasan yang panjang dan rumit.
- Responden lebih mudah memahami instruksi yang positif daripada yang negatif.
- Responden tidak tahu tentang prosedur statistik.
- Responden tidak mengerti mengapa informasi tersebut diperlukan. Jika responden tidak bisa memahami pertanyaan kuesioner cenderung untuk mengisinya dengan cepat dan tidak akurat.

2. **Kata-kata.** Kata-kata sebaiknya dituliskan dengan istilah yang sederhana dan jelas, sehingga semua responden dapat memahami dengan cara yang sama. Penggunaan kata-kata yang tidak jelas, sulit, dan istilah-istilah teknis atau asing harus dibatasi atau dihindari. Pengecualian untuk rekomendasi ini harus dipertimbangkan jika responden adalah seorang ahli dan akan menjawab lebih mudah untuk pertanyaan teknis tertentu daripada istilah yang lebih umum. Jika diperlukan, definisi dari istilah harus disediakan. Penggunaan kata-kata ambigu harus dihindari. Ambiguitas adalah ketidakjelasan istilah yang memiliki lebih dari satu makna. Jika kata-kata ambigu atau frase ada dalam pertanyaan, artinya dapat ditafsirkan secara berbeda oleh orang yang berbeda. Ini akan menyebabkan kesalahan dalam data karena responden yang berbeda akan menjawab pertanyaan yang berbeda. Semakin ambigu makna semantik atau pragmatis pertanyaan, semakin responden mencari petunjuk dari konteks kuesioner atau dari situasi pengumpulan data.

Pertanyaan item harus setepat mungkin. Pertanyaan mungkin tampak sederhana, tetapi memungkinkan untuk berbagai jenis jawaban. Isu penting lainnya adalah bahwa pertanyaan harus selalu didefinisikan dalam ruang dan waktu. Unit pengukuran yang diperlukan harus dimasukkan, misalnya rupiah, hari, liter.

3. **Panjang kalimat.** Pertanyaan panjang atau kompleks dapat melebihi kapasitas responden untuk memahaminya. Jika pertanyaan memiliki **banyak kata-kata yang**

sulit dipahami, maka responden perlu berkonsentrasi pada pemahaman pertanyaan. Kalimat pendek lebih mudah untuk dipahami daripada yang panjang. Tidak ada standar khusus untuk menentukan panjang maksimum kalimat, yang penting setiap kalimat harus menyampaikan satu item informasi.

4. **Penekanan kata (*tone*)**. Perubahan kecil dalam kata-kata juga dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap respon. Gaya karakteristik dari ungkapan pada pertanyaan merupakan indikator sikap atau pandangan pembuatnya. Pemilihan kata menjadi penting dalam pendesainan kuesioner. Penggunaan kata negatif seperti “tidak” harus dihindari dalam pertanyaan karena mudah dilewatkan oleh responden. Penelitian menunjukkan bahwa orang yang ditanya dengan pertanyaan negatif jauh lebih lambat merespons. Respons yang lebih lambat disebabkan oleh orang yang harus memikirkan jawabannya. Pertanyaan negatif menyebabkan usaha tambahan bagi responden. Alasan lain untuk menghindari pertanyaan negatif, karena memiliki konotasi emosional, misalnya kata kerja negatif seperti kata gagal atau melarang.

Yang Perlu Dihindari dalam Menulis Pertanyaan

Beberapa hal perlu diperhatikan untuk membantu peneliti untuk menyajikan pertanyaan dengan benar.

1. Hindari membuat beberapa pertanyaan dalam satu pertanyaan sekaligus. Buatlah pertanyaan yang sederhana, mudah dipahami dan langsung pada topik atau sasaran. Hindari beberapa pertanyaan dalam satu pertanyaan yang akan membuat jawaban menjadi kompleks dan membingungkan responden. Contoh berikut menunjukkan format beberapa pertanyaan sekaligus dalam satu pertanyaan.

Apakah Anda menyukai belajar? Mengapa?

Format pertanyaan ini dapat dirubah dengan memecah ke dalam dua pertanyaan terpisah sebagai berikut ini.

Pertanyaan 1: Apakah Anda menyukai belajar?

- A. Ya
- B. Tidak

Pertanyaan 2: Jika ya, mengapa Anda menyukai belajar?

- A. Untuk memaksimalkan pengetahuan
- B. Untuk mempelajari hal-hal baru
- C. Agar dapat nilai bagus
- D. Lainnya

Responden yang menjawab “Tidak” di Pertanyaan 1 tidak akan ditanya dengan pertanyaan berikutnya. Pertanyaan 2 juga dapat diajukan dalam bentuk pertanyaan tertutup, untuk mengurangi waktu yang dibutuhkan dalam menjawab Pertanyaan 2.

2. Hindari membuat pertanyaan subjektif. Pertanyaan subjektif digunakan jika tidak ada jenis lain yang cocok dari pertanyaan yang digunakan. Sebagian besar pertanyaan subjektif dapat ditanyakan dengan soal pilihan ganda. Pertanyaan subjektif dapat menimbulkan masalah jika responden diberikan kebebasan menjawab secara terbuka, jawaban yang diberikan akan berbeda-beda dan sangat beragam. Sebagai contoh pertanyaan “Dimana Anda lahir?” Responden dapat menjawab misalnya di kota Yogyakarta, Yogya, Jogja, Jogjakarta, atau Yogyakarta. Oleh karena itu, lebih baik disiapkan jawaban sehingga responden tinggal memilih. Pertanyaan-pertanyaan seperti negara, propinsi, kabupaten, kota, kecamatan atau desa, sebaiknya dibuatkan daftar jawaban. Untuk pertanyaan yang berkaitan dengan rentang waktu dapat disiapkan daftar rentang waktu yang cocok, misal usia.
3. Hindari pertanyaan dengan tujuan tertentu. Pertanyaan tidak dibuat dengan menyertakan jawaban. Sebagai contoh pertanyaan: “Indonesia termasuk negara maju?, akan lebih baik dengan pertanyaan “Menurut Anda Indonesia termasuk negara? A. Maju; B. Berkembang; C. Tertinggal.
4. Hindari pertanyaan negatif. Pertanyaan negatif sebaiknya dihindari karena dapat menyebabkan tujuan survei tidak tercapai. Pertanyaan positif lebih bersifat langsung daripada pertanyaan negatif. Sebagai contoh, pertanyaan “Apa yang menyebabkan perusahaan Anda tidak tumbuh?”, akan lebih baik jika bertanya “Faktor apa yang menyebabkan pertumbuhan perusahaan Anda?” Pertanyaan positif dapat mengurangi bias dan membuat pertanyaan menjadi lebih objektif.

5. Hindari mengajukan pertanyaan sensitif. Hindari menggunakan pertanyaan yang meminta jawaban yang sensitif. Responden sering kali tidak mau berbagi informasi sensitif dengan pihak ketiga.
6. Hindari pertanyaan yang meminta jawaban terlalu rinci. Pertanyaan yang diajukan sebaiknya tidak meminta jawaban terlalu rinci dan dalam, dan berlebihan dari informasi yang diperlukan. Sebagai contoh, jika peneliti ingin tahu tentang sumber energi di rumah, jangan bertanya tentang semua peralatan yang digunakan. Peneliti dapat bertanya tentang sumber energi tertentu misalnya listrik, bahan bakar minyak atau gas yang digunakan.

MECE (*Mutually Exclusive and Collectively Exhaustive*)

MECE (*Mutually Exclusive and Collectively Exhaustive*) merupakan kerangka penyusunan pertanyaan untuk memastikan bahwa semua pertanyaan dan bagian pertanyaan saling eksklusif dan kolektif (Garcia et al. 2016). *Mutually Exclusive* berarti tidak ada dua pertanyaan yang diulang. *Collectively Exhaustive* berarti bahwa pertanyaan harus dipilih sebagai cara untuk memperoleh semua informasi yang dibutuhkan. Kerangka MECE digunakan untuk perancangan pertanyaan dan pilihan jawaban yang diberikan. Pertimbangkan dua pertanyaan berikut ini.

Pertanyaan 1: Apa status pendidikan semua anggota keluarga Anda?

Pertanyaan 2: Sebutkan nama anggota keluarga yang berpendidikan tertinggi.....

Kedua pertanyaan tersebut tidak masuk kategori MECE, karena jawaban pada Pertanyaan 1 dapat digunakan untuk menjawab Pertanyaan 2. Pertanyaan 2 tidak diperlukan lagi, jadi tidak saling eksklusif.

Contoh pertanyaan lainnya adalah sebagai berikut ini.

Berapa banyak anak yang Anda miliki?

- A. 1
- B. 2
- C. 3
- D. 4 atau lebih

Pertanyaan ini juga tidak memenuhi kriteria MECE karena pilihan jawaban mencakup semua nilai-nilai positif, tetapi tidak memberikan pilihan 0 bagi keluarga yang belum memiliki anak, jadi tidak kolektif lengkap.

Contoh pertanyaan lainnya misalnya adalah sebagai berikut.

Berapakah kisaran usia Anda?

- A. 0-10
- B. 11-20
- C. 21-43
- D. 44-80

Pertanyaan ini juga tidak memenuhi kriteria MECE, karena tidak kolektif lengkap walaupun saling eksklusif sudah terpenuhi. Jawaban untuk responden dengan lebih dari 80 tidak ada.

Prinsip Menulis Item-Item Pertanyaan

Prinsip dasar dalam mengembangkan kata-kata pada pertanyaan kepada responden adalah sebagai berikut.

- Memahami apa yang ditanyakan.
- Pertanyaan dapat dijawab.
- Memahami bagaimana jawaban seharusnya diberikan.

Proses pendesainan kuesioner perlu memahami tingkat pendidikan dan pengetahuan responden tentang bahasa. Pemilihan kata-kata dalam pertanyaan menjadi penting, selain itu definisi, penjelasan, atau instruksi harus yang diberikan sesuai dengan situasi responden yang dituju. Hal ini penting untuk memastikan bahwa responden memiliki pengetahuan dan keterampilan teknis yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan. Responden harus memahami informasi atau jawaban apa yang akan diberikan. Responden setelah memahami pertanyaan dengan baik, dapat menemukan informasi secara tepat dalam pengalaman, memori, catatan dan kegiatan yang telah dilakukan.

Tujuan pertanyaan, jenis dan format data yang digunakan, definisi dan konsep di balik pertanyaan serta urutan logis dari pertanyaan harus dibuat jelas, untuk digunakan sebagai dasar mendesain pertanyaan secara tepat. Diskusi grup fokus atau wawancara intensif dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan wawasan tentang apa yang bisa diharapkan dari responden sebelum mendesain dan memulai menyusun pertanyaan kuesioner.

Pada survei individu, diasumsikan bahwa responden memiliki jawaban atau informasi pada memorinya, seperti sejarah kehidupan, pengalaman, konsumsi, memori tentang kejadian, pengetahuan, pendapat dan sikap. Jika responden diminta untuk mengingat kembali informasi tertentu dari memori atau catatan pribadinya, harus jelas bahwa informasi tersebut mudah untuk diingat atau diambilnya. Ketika pertanyaan melibatkan banyak individu dalam suatu kelompok, diasumsikan bahwa lebih dari satu orang dalam kelompok tersebut mampu memberikan jawaban atas pertanyaan kuesioner. Jika ada individu dalam kelompok tersebut yang dianggap orang yang tepat untuk menjawab kuesioner, sangat penting untuk memberikan instruksi yang jelas dalam kuesioner pada orang tersebut.

Pada survei dengan unit sampel perusahaan, kota, atau organisasi, yang sering menjadi masalah adalah mencari tahu siapa orang atau biro yang harus diberi kuesioner. Cara yang umum untuk menemukan responden yang benar adalah dengan menunjuk seseorang dengan posisi tertentu, misalnya direktur, manajer pembelian atau manajer sumber daya manusia untuk menjawab kuesioner. Tetapi penting untuk diperhatikan bahwa orang yang ditunjukkan dalam suatu unit sampel organisasi harus memiliki pengetahuan yang baik dari subjek yang diteliti.

Selama proses pembuatan pertanyaan, perancang kuesioner harus memperhatikan beberapa efek yang menyebabkan kesalahan pembuatan pertanyaan yang berasal dari perilaku responden. Beberapa efek yang umum terjadi dibahas di bawah ini.

1. **Efek konteks.** Efek konteks adalah efek yang muncul dari segala macam pengaruh dari pertanyaan atau informasi lain seperti petunjuk atau judul bagian, yang dapat memberikan pengaruh terhadap interpretasi responden terhadap pertanyaan (Biemer dan Lyberg 2003). Efek konteks lebih mungkin terjadi pada pertanyaan-pertanyaan yang memerlukan pencarian memori dalam cakupan yang luas, pertanyaan-pertanyaan dengan istilah ambigu, dan pertanyaan-pertanyaan dengan niat tertentu.

Efek konteks akan berkurang jika wawancara survei dipergunakan sebagai proses komunikasi. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan menjadi lebih baik jika tercipta dialog atau percakapan, antara kuesioner dan responden. Responden dapat dengan mudah memahami dan mengambil bagian dalam dialog ini.

Efek konteks terjadi karena adanya keragaman interpretasi pada tujuan pertanyaan, sehingga responden menafsirkan konsep-konsep dan ekspresi dalam berbagai cara. Dalam konteks ini, faktor psikologis, sosial dan budaya memainkan peran yang sangat penting dalam orientasi responden untuk pertanyaan yang diberikan, yang dapat mempengaruhi hasil survei.

Metoda pengujian penting untuk dilakukan untuk mempelajari bagaimana responden memahami arti dari pertanyaan sehingga mengurangi efek konteks dari proses bertanya dan menjawab. Namun, jika digunakan dengan cara yang benar, efek konteks dapat menjadi alat yang ampuh untuk meningkatkan pemahaman. Misalnya, kuesioner sejak awal sudah ditentukan perspektifnya, semua responden harus mengikutinya untuk menjawab, misalnya apakah jawaban responden ini harus berorientasi pada masa depan atau masa lalu. Pengelompokan semua pertanyaan pada topik yang sama di bagian yang sama, memudahkan untuk menjelaskan topik, sehingga konteksnya menjadi jelas.

2. **Recall atau efek memori.** *Recall* adalah proses mengingat kembali peristiwa yang telah terjadi. *Recall* dapat menjadi penyebab bias jika pertanyaan kuesioner membutuhkan jawaban dengan memori jangka panjang dari responden. Efek ini dapat dicegah dengan membuat rentang periode jawaban, kapan periode dimulai dan diakhiri. Waktu harus dinyatakan dengan jelas misalnya “awal minggu bulan Januari” dan bukan “minggu lalu”. Kualitas data yang dikumpulkan dari pertanyaan *recall* dipengaruhi oleh seberapa penting peristiwa yang ditanyakan bagi responden, semakin penting peristiwa yang pernah dialami oleh responden semakin mudah responden untuk mengingat. Selain itu juga dipengaruhi oleh lamanya waktu kejadian, semakin lama semakin sulit untuk diingat kembali. Efek ini meningkat ketika pertanyaan memerlukan informasi yang semakin spesifik, misalnya, pertanyaan tentang berapa kali responden melakukan suatu aktivitas dengan cara tertentu selama kurun waktu tertentu dapat menghasilkan data yang tidak akurat karena responden kemungkinan kecil mengingat.

Efek ini dapat dikurangi dengan memberikan informasi konteks waktu yang jelas dan tidak ambigu kepada responden. Periode referensi ditentukan pada awal pertanyaan, jika diperlukan dapat diberikan singkatan sehingga mudah untuk diingat.

3. **Efek sensitivitas.** Pertanyaan tentang topik-topik yang menyebabkan responden merasa malu atau sensitif dapat menghasilkan jawaban tidak akurat. Pertanyaan yang menyinggung sensitivitas, dirasakan oleh responden sebagai invasi terhadap privasinya.

Cara mengatasi kesulitan yang berhubungan dengan pertanyaan sensitif yaitu dengan meyakinkan responden bahwa informasi yang diberikan adalah rahasia, dan responden tidak perlu menuliskan namanya pada formulir survei. Kuesioner dapat menghasilkan respon lebih dapat diandalkan dibandingkan wawancara, dan juga dapat mengurangi *nonresponse*, meskipun ini tidak bisa berlaku untuk sub-populasi tertentu karena konteks sosial responden.

4. **Keinginan sosial.** Responden dalam proses menjawab pertanyaan, harus mengintegrasikan informasi yang diambil dalam ingatannya menjadi format komunikasi (jawaban) yang tepat. Selama proses ini responden kemungkinan hanya mengungkapkan kesan yang diinginkan tentang dirinya. Hal ini dapat menyebabkan masalah keinginan sosial muncul dan juga dapat menimbulkan *nonresponse* dan distorsi data.

Cara yang dapat digunakan untuk mengurangi efek keinginan sosial tanpa merugikan responden adalah dengan memberitahu kepada responden secara langsung pada petunjuk awal kuesioner, bahwa semua jawaban adalah baik dan dapat diterima, atau tidak ada jawaban yang baik atau buruk dan responden boleh saja memiliki pendapat yang berbeda. Efek keinginan sosial dapat disebabkan oleh kepribadian, tingkat pendidikan, dan posisi sosial dari responden.

5. **Titik kelelahan.** Desain kuesioner yang tidak baik seperti dalam aspek bahasa, urutan pertanyaan, panjang kuesioner, tata letak kuesioner, dan lainnya, dapat menjadi kendala bagi responden. Kendala yang dihadapi mungkin dimulai dari hal kecil, tetapi dapat terakumulasi menjadi menumpuk di pikiran responden dan akhirnya responden menjadi tidak lagi peduli tentang apa yang ada di dalam kuesioner. Hal ini dikenal sebagai titik kelelahan dan menyebabkan kesalahan serius dalam data.

1.2.5. Desain Visual

Untuk hasil yang valid dan reliabel, pendesain kuesioner harus memastikan bahwa setiap responden menerima stimulus atau rangsangan yang sama dengan cara yang sama. Menurut sudut pandang kognitif, pertanyaan dalam kuesioner menyajikan rangsangan verbal bagi responden untuk menjawab. Selain rangsangan verbal, rangsangan visual juga diperlukan untuk memastikan responden tertarik untuk menjawab kuesioner dengan lebih bersemangat. Rangsangan verbal diperoleh dari kata-kata pertanyaan, urutan kata-kata dalam pertanyaan, dan urutan pertanyaan telah banyak menjadi perhatian dalam literatur. Rangsangan visual juga penting dan tidak boleh dianggap remeh. Rangsangan visual diperoleh dari desain visual kuesioner.

Elemen desain visual terdiri dari semua elemen desain kecuali kata-kata dari pertanyaan dan urutan pertanyaan. Elemen desain visual termasuk tata letak kuesioner (baik di atas kertas atau sebagai layar komputer), jenis huruf, besar huruf, struktur tugas yang diperlukan dalam pertanyaan-pertanyaan dan tampilan dari kuesioner. Elemen desain visual memandu ketika mengisi kuesioner. Elemen desain visual termasuk tata letak kuesioner serta penggunaan simbol-simbol dan elemen grafis lainnya.

Ilmu kognitif membedakan tiga tingkat desain visual yang sering digunakan (Norman 2004).

1. Tingkat emosional. Pada tingkat ini, responden menghasilkan reaksi positif atau negatif (emosi) tanpa alasan yang rasional. Supaya kuesioner mudah dipahami dengan benar, desain visual harus dibuat menyenangkan dan terlihat mudah untuk menyelesaikannya.
2. Tingkat fungsional. Tingkat fungsional menentukan kegunaan dari kuesioner, yaitu apakah informasi tersebut diproses secara kognitif oleh responden seperti yang dimaksud oleh perancang survei. Struktur tugas serta proses kognitif yang diperlukan dari responden harus dirancang sedemikian rupa agar dapat memberikan jawaban dengan benar. Oleh karena itu, desainer kuesioner harus menyadari bagaimana informasi visual diproses.
3. Tingkat reflektif. Tingkat reflektif ini menentukan tingkat partisipasi responden dalam menjawab pertanyaan survei. Pada tingkat reflektif, atribut responden sangat bermakna untuk fitur nonverbal pada kuesioner (Norman 2004; Dillman et al. 2005).

Perancang kuesioner harus menyadari bahwa desain kuesioner dapat mempengaruhi kesiapan untuk berpartisipasi dalam survei serta tanggapan terhadap pertanyaan. Setelah

struktur dan kata-kata dari pertanyaan telah selesai, langkah selanjutnya karena itu untuk menerapkannya ke dalam kuesioner yang menetapkan rangsangan visual yang tepat.

Desain visual dari kuesioner harus dikembangkan sehubungan dengan pengguna utama dari kuesioner dan modus pengumpulan data. Sebagai contoh, sebuah kuesioner harus berfokus terutama pada persyaratan dan kemampuan dari responden.

1.2.6. Ulasan Panel Pakar

Ulasan pakar atau panel pakar merupakan diskusi para pakar mengenai rancangan kuesioner dan umpan balik lebih detail pada instrumen survei. Tinjauan pakar dilakukan oleh sekelompok orang, dipimpin oleh *moderator*. Diskusi pakar dapat dilakukan dengan dua cara yaitu diskusi terstruktur dan tidak terstruktur. Tinjauan pakar bertujuan untuk memastikan bahwa kuesioner dapat digunakan untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan tujuan analitis dari survei dan untuk memeriksa desain dan pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Fokus pekerjaan dari diskusi para pakar pada:

- ketentuan dan penyusunan kata-kata pada pertanyaan;
- struktur pertanyaan;
- alternatif respon;
- urutan pertanyaan;
- aturan navigasi kuesioner;
- tata letak yang tidak pas;
- kesalahan tipografi (Groves 2004; Biemer dan Lyberg 2003).

Pakar pemrosesan data memberikan umpan balik tentang desain kuesioner yang berkaitan dengan aspek pengolahan data. Ulasan pakar dapat dilakukan bersamaan dengan pengujian metoda lainnya. Dua pakar dari masing-masing bidang keahlian dapat diminta untuk meninjau kuesioner. Tinjauan dapat dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur.

Ulasan Pakar Terstruktur

Ulasan pakar terstruktur dilakukan dengan meninjau setiap pertanyaan dengan menggunakan sekumpulan kriteria (Schwarz dan Sudman 1996). Kriteria yang digunakan dapat dikategorikan menjadi tujuh item (Biemer dan Lyberg 2003; Schwarz dan Sudman 1996).

1. Permasalahan dengan membaca. Menentukan apakah responden sulit membaca pertanyaan secara seragam.
2. Permasalahan dengan instruksi. Mencari apakah terdapat masalah dengan pendahuluan, instruksi, atau penjelasan dari sudut pandang responden.
3. Permasalahan dengan kejelasan item. Mengidentifikasi masalah yang terkait dengan cara mengkomunikasikan maksud atau arti pertanyaan kepada responden.
4. Permasalahan dengan asumsi. Menentukan apakah terdapat masalah dengan asumsi yang dibuat atau logika yang mendasari.
5. Permasalahan dengan pengetahuan atau memori. Memeriksa apakah responden tidak paham atau terdapat masalah yang terkait dengan kesulitan responden untuk mengingat informasi.
6. Permasalahan dengan sensitivitas atau bias. Mengkaji pertanyaan apakah mengandung sensitivitas yang dapat menimbulkan bias.
7. Permasalahan dengan kategori respons. Menilai kecukupan rentang respon untuk dilakukan pencatatan.

Draf kuesioner dikirim ke para pakar, untuk diperiksa dan diberikan umpan balik. Para pakar membutuhkan dua sampai lima hari untuk melakukan peninjauan, tergantung pada kerumitan kuesioner. Setelah melakukan tinjauan dan telah memberikan umpan balik terstandarisasi, maka dilakukan rapat panel pakar untuk membahas berbagai temuan tinjauan.

Ulasan Pakar Tidak Terstruktur

Ulasan pakar tidak terstruktur dapat dilakukan oleh tiga hingga enam pakar. Diskusi dilakukan selama 2-3 jam, diskusi para pakar ini direkam. Diskusi dipimpin oleh *moderator* dengan memperhatikan struktur diskusi, yaitu berdasarkan item seperti susunan kata, istilah, instruksi,

tata letak, dan lainnya. Setelah diskusi, laporan hasil diskusi disusun, dilengkapi dengan hasil rekaman suara atau video (Biemer dan Lyberg 2003).

1.3. Menggunakan Kuesioner

Uji instrumen dimaksudkan untuk menguji lebih lanjut validitas dan reliabilitasnya. Jika di purwa-uji, reliabilitas dan validitas diuji dengan menggunakan panel pakar, maka di uji instrumen, reliabilitas dan validitas diuji dengan menggunakan responden-responden. Di penelitian Moore dan Benbasat (1991), uji instrumen dilakukan lewat uji pilot (*pilot test*) dan uji lapangan (*field test*).

1.3.1. Uji Pilot

Moore dan Benbasat (1991) menggunakan dua kali uji pilot. Sasaran dari uji pilot awal adalah untuk meyakinkan bahwa item-item kuesioner telah mencukupi, benar, dan dapat dipahami dan untuk menilai reliabilitas awal dari skala-skalanya. Uji pilot kedua yang merupakan uji pilot skala penuh (*full scale*) dimaksudkan untuk menguji tingkat reliabilitas lebih lanjut dengan menggunakan responden-responden yang latar belakangnya sama dengan populasi target dari penelitian.

Uji Pilot Awal (*First Pilot Test*)

Sasaran pertama dari uji pilot awal ini adalah untuk meyakinkan bahwa item-item kuesioner telah mencukupi dan benar menurut responden. Ini dilakukan dengan cara responden-responden diminta untuk mengomentari dan memberi masukan pada kuesionernya. Sasaran kedua dari uji pilot awal ini adalah untuk penilaian reliabilitas awal dari skala-skala. Sasaran lainnya dari uji pilot adalah untuk menentukan besarnya sampel yang akan digunakan di penelitian utamanya (Hartono 2008).

Tujuan dari uji pilot awal ini untuk meningkatkan reliabilitas dengan menghapus item-item yang berkorelasi rendah di masing-masing konstruk. Sebelum suatu item dihapus, suatu pengecekan akan dilakukan untuk meyakinkan bahwa validitas isi (*content validity*) dari konstruk tidak akan dikorbankan.

Pada uji pilot dilakukan uji reliabilitas konsistensi internal (*internal consistency*). Uji ini dilakukan dengan mengukur seberapa konsisten item-item yang berbeda merefleksikan suatu konstruk yang sama memberikan hasil-hasil yang konsisten. Uji ini dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*.

Uji Pilot Skala Penuh (*Full Scale Pilot Test*)

Uji ini menggunakan responden-responden yang latar belakangnya sama dengan populasi target dari penelitian. Sasaran utama dari pengujian ini masih untuk meyakinkan bahwa bermacam-macam skala telah menunjukkan tingkat reliabilitas yang semestinya seperti di uji pilot awal. Jumlah responden di dalam sampel merupakan sampel yang kecil yang lebih besar dari sampel di uji pilot awal tetapi jauh lebih sedikit dari sampel akhirnya. Misalnya di penelitian Moore dan Benbasat (1991) digunakan sampel sebanyak 75 responden-responden dari 800 keseluruhan responden untuk uji pilot skala penuh ini.

1.3.2. Uji Lapangan (*Field Test*)

Uji lapangan (*field test*) adalah pengujian yang menggunakan data lapangan yang benar-benar digunakan di penelitian. Data lapangan ini berupa responden-responden dari sampel akhir penelitian. Misalnya di penelitian Moore dan Benbasat (1991) digunakan 800 kuesioner-kuesioner yang didistribusikan kepada individual-individual di tujuh perusahaan dari beberapa macam industri.

Pengujian lapangan akhir ini dilakukan untuk menguji reliabilitas dan validitas konstruk. Uji reliabilitas dilakukan dengan cara yang sama seperti yang dilakukan di pengujian pilot sebelumnya, yaitu diukur dengan koefisien *Cronbach's alpha*.

Penelitian Hsu dan Chiu (2004) mengirimkan sebanyak 800 kuesioner kepada respondennya dengan 149 kuesioner yang kembali dan lengkap. Hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's alpha* tampak di tabel berikut ini.

Tabel 1.1. Koefisien *cronbach's alpha* di penelitian Hsu dan Chu (2004)

Konstruk	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>
1. <i>Continuance Intention</i>	0,9736
2. <i>User Satisfaction</i>	0,9447
3. <i>Interpersonal Influence</i>	0,8507
4. <i>External Influence</i>	0,7892
5. <i>Perceived Usefulness</i>	0,9319
6. <i>Perceived Risk</i>	0,7929
7. <i>Perceived Playful</i>	0,9478
8. <i>Internet Self-efficacy</i>	0,5723
9. <i>Perceived Controllability</i>	0,9673

Hasil dari pengujian reliabilitas penelitian Hsu dan Chiu (2004) menunjukkan bahwa untuk ke 9 konstruk semuanya mempunyai nilai koefisien *cronbach's alpha* > 0,50. Hasil ini menunjukkan bahwa semua konstruk reliabel.

Di pengujian lapangan akhir ini, validitas konstruk biasanya diuji dengan analisis faktor (*factor analysis*). Selain menggunakan analisis faktor, validitas konstruk juga dapat diuji dengan validitas konvergen dan validitas diskriminan.

Tabel 1.2. Rata-rata varian diekstraksi di penelitian Hsu dan Chu (2004)

Konstruk	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. <i>Continuance Intention</i>	0,95								
2. <i>User Satisfaction</i>	0,425	0,95							
3. <i>Interpersonal Influence</i>	0,309	0,361	0,68						
4. <i>External Influence</i>	0,047	0,076	0,338	0,60					
5. <i>Perceived Usefulness</i>	0,263	0,261	0,706	0,273	0,89				
6. <i>Perceived Risk</i>	0,244	0,183	0,594	0,292	0,662	0,77			
7. <i>Perceived Playful</i>	0,291	0,242	0,567	0,191	0,576	0,728	0,88		

8. <i>Internet Self-efficacy</i>	0,332	0,279	0,674	0,334	0,758	0,711	0,629	0,67	
9. <i>Perceived Controllability</i>	0,390	0,263	0,657	0,364	0,635	0,602	0,546	0,732	0,55

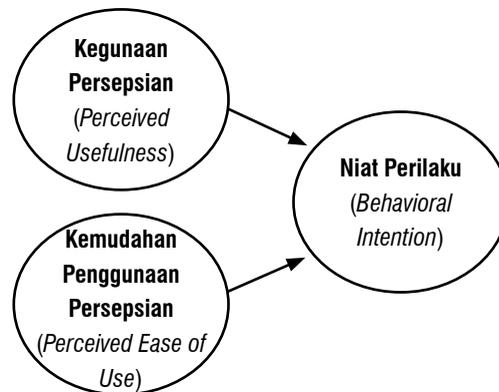
Hasil dari rata-rata varian diekstraksi (*average variance extracted* atau AVE) di penelitian Hsu dan Chu (2004) tampak di tabel 1.2. Nilai diagonal adalah nilai-nilai AVE untuk masing-masing konstruk dan nilai-nilai di luar diagonal adalah nilai-nilai korelasi antara dua konstruk. Hasil dari AVE menunjukkan bahwa semua nilai lebih besar dari 0,50 yang menunjukkan bahwa semua ke 9 konstruk memenuhi validitas konvergen.

Validitas diskriman dievaluasi dengan membandingkan masing-masing EVA dengan korelasi kuadrat antara konstruk-konstruk berpasangannya. Jika dibandingkan maka semua nilai AVE sudah lebih besar dari korelasi kuadrat antara konstruk-konstruk berpasangannya yang menunjukkan semua konstruk memenuhi validitas diskriminan.

1.4. Menyiapkan Data Survei untuk Analisis

Setelah kuesioner selesai dibangun (bab 1.2), tahap selanjutnya adalah menggunakan kuesioner dengan mengirimkannya ke responden-responden (bab 1.3). Setelah kuesioner diterima oleh peneliti dan sudah diuji validitas dan reliabilitasnya, maka data yang sudah dianggap valid dan reliabel tersebut perlu disiapkan dalam format yang siap diolah.

Sebagai ilustrasi, diberikan contoh penelitian dengan menggunakan model logika berikut ini.



Gambar 1.3. Contoh model dengan menggunakan tiga konstruk

Dari gambar 1.3. terlihat penelitian tersebut menggunakan 3 konstruk, yaitu “Kegunaan Persepsian” konstruk (KP), “Kemudahan Penggunaan Persepsian” konstruk (KPP), dan “Niat Perilaku” konstruk (NP). Instrumen-instrumen dari konstruk yang digunakan pada model gambar 1.3 adalah sebagai berikut.

		1	2	3	4	5
KP: Kegunaan Persepsian (<i>Perceived Usefulness</i>)						
KP1	Menggunakan Internet memungkinkan untuk menyelesaikan tugas lebih cepat					
KP2	Menggunakan Internet dapat meningkatkan kinerja saya					
KP3	Menggunakan internet dapat mempermudah untuk melakukan tugas saya					
KP4	Menggunakan internet di pekerjaan saya dapat meningkatkan produktivitas saya					
KP5	Menggunakan Internet dapat meningkatkan keefektifan saya					
KP6	Saya menemukan Internet berguna dalam pekerjaan saya					

KPP: Kemudahan Penggunaan Persepsian (<i>Perceived Ease of Use</i>)						
KPP1	Belajar menggunakan Internet itu mudah bagi saya					
KPP2	Saya merasa mudah untuk mendapatkan apa yang saya butuhkan dari Internet					
KPP3	Interaksi saya dengan Internet jelas dan dapat dimengerti					
KPP4	Saya menemukan Internet menjadi fleksibel untuk berinteraksi dengan					
KPP5	Sangat mudah bagi saya untuk menjadi terampil dalam menggunakan Internet					
KPP6	Saya menemukan Internet mudah digunakan					

NP: Niat Perilaku (<i>Behavioral Intention</i>)							
NP1	Saya selalu mencoba menggunakan Internet untuk menyelesaikan tugas.						
NP2	Saya selalu mencoba menggunakan Internet dalam banyak kasus / kesempatan						
NP3	Saya berencana menggunakan Internet di masa depan						
NP4	Saya bermaksud untuk terus menggunakan internet di masa depan						
NP5	Saya berharap penggunaan internet akan terus berlanjut di masa depan						

Keterangan: Digunakan lima titik skala: 1: Tidak Setuju; 5: Sangat Setuju

Gambar 1.4. Instrumen kuesioner untuk ketiga konstuk contoh

Kuesioner ini akan dikirimkan responden-responden. Misalnya dikirimkan ke 10 responden. Hasil penyebaran kuesioner yang diperoleh dari 10 responden diperoleh jawaban-jawaban responden sebagai berikut.

Responden	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	RataKP
1	5	4	4	4	5	4	4.33
2	4	5	3	4	4	3	3.83
3	5	4	4	3	5	4	4.17
4	4	4	5	5	4	4	4.33
5	3	4	3	4	3	3	3.33
6	2	2	4	3	4	4	3.17
7	4	3	4	3	4	5	3.83
8	5	4	5	4	5	5	4.67
9	5	5	4	5	4	4	4.50
10	5	4	2	4	5	5	4.17

Responden	KPP1	KPP2	KPP3	KPP4	KPP5	KPP6	RataKPP
1	5	4	4	5	5	5	4.67
2	5	4	3	5	5	4	4.33
3	4	4	4	4	4	4	4.00
4	4	5	5	4	4	5	4.50
5	4	5	5	5	4	5	4.67
6	4	3	5	5	4	4	4.17
7	3	3	4	5	5	5	4.17
8	5	4	4	4	5	4	4.33
9	5	4	5	4	5	5	4.67
10	4	5	4	4	5	4	4.33

Responden	NP1	NP2	NP3	NP4	NP5	RataNP
1	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	5	5	4,4
3	5	3	4	3	5	4
4	4	4	5	4	5	4,4
5	5	5	5	4	4	4,6
6	4	3	5	4	5	4,2
7	5	4	3	3	4	3,8
8	5	4	5	5	5	4,8
9	5	4	5	5	4	4,6
10	5	3	4	5	5	4,4

Gambar 1.5. Contoh jawaban responden masing-masing nilai indikator pembentuk ketiga konstruk

Hasil jawaban-jawaban ini kemudian dipindahkan ke kertas kerja elektronik yang mendukung pengolahan datanya, misalnya dapat diketikkan ke kertas kerja Excel, atau ke kertas kerja SPSS jika ingin diolah dengan perangkat lunak SPSS atau ke kertas kerja PLS jika ingin diolah dengan

perangkat lunak PLS dan lainnya. Di kertas kerja tersebut, perlu ditambahkan nilai rata-ratanya yang harus dihitung sendiri oleh peneliti. Nilai rata-rata untuk ke tiga konstruk tampak diberi nama indikator RataKP untuk rata-rata 6 nilai-nilai indikator konstruk KP, RataKPP untuk rata-rata 6 nilai-nilai indikator konstruk KPP, dan RataNP untuk rata-rata 5 nilai-nilai indikator konstruk NP.

Rata-rata nilai konstruk ini biasanya akan digunakan untuk diolah dan akan dinyatakan dalam model empiris. Sebagai contoh digunakan model empiris regresi untuk menguji pengaruh KPP dan KP terhadap NP. Rumusan model ini dapat dinyatakan sebagai persamaan regresi sebagai berikut ini.

$$\text{RataNP} = \alpha + \beta_1 \text{RataKP} + \beta_2 \text{RataKPP} + e$$

Hasil dari regresi ini nantinya akan digunakan oleh peneliti dalam menganalisis signifikansi hubungan konstruk-konstruk tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Biemer, P. P., dan L. E. Lyberg. 2003. *Introduction to Survey Quality*: Wiley.
- Davis, F. D. 1989. "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology." *MIS Quarterly*:319-340.
- Dillman, D., A. Gertseva, dan T. Mahon-Haft. 2005. *Achieving Usability in Establishment Surveys through the Application of Visual Design Principles*. Vol. 21.
- Fiske, D. W. 1971. *Measuring the Concepts of Personality*: Chicago: Aldine.
- Garcia, C., G. Jha, R. Verma, dan S. Talwar. 2016. *The Ultimate Guide to Effective Data Collection: Socialcops*.
- Groves, R. 2004. *Survey Errors and Survey Costs*: New York: Wiley.
- Hartono, J. 2008. *Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias, Dan Meningkatkan Respon*. BPFE UGM.
- Hsu, M. H. and Chiu, C. M. (2004). Predicting Electronic Service Continuance with a Decomposed Theory of Planned Behaviour. *Behaviour & Information Technology*, 23, 359–373
- Hox, J. 1997. *From Theoretical Concept to Survey Question. In Survey Measurement and Process Quality*: New York: John Wiley and Sons.
- Moore, G. C., dan I. Benbasat. 1991. "Development of an Instrument to Measure the Perceptions of Adopting an Information Technology Innovation." *Information Systems Research* 2 (3):192-222.
- Norman, D. A. 2004. *Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things*: Basic Books.
- Schwarz, N., dan S. Sudman. 1996. *Answering Questions: Methodology for Determining Cognitive and Communicative Processes in Survey Research*: Jossey-Bass Publishers.