

Adaptasi Manifest Need Questionnaire (MNQ) dalam Konteks Kerja

Femmy Lekahena¹, Alimatus Sahrah², Anwar³

^{1,2,3}Program Magister Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Email:femmylekahena94@gmail.com

ABSTRACT

Identifying high or low of employee's achievement motivation is very important to an organization. This is due to the organization's goals will be more easily achieved in employees who are more likely to make a harder effort to be able to produce better results, and have a desire for success higher than other employees. The aim of this research is to adapt Manifest Need Questionnaire (MNQ), as a tools to measure employee's achievement motivation in work setting. Adapting MNQ that made in America is very necessary, because instrument to measure employee's achievement motivation in work settings in Indonesia is still rare. In this research, adapting MNQ is done through three steps, that is initial translation, checking, and back translation. With that adaptation process, MNQ has been adapted into Indonesian culture. It means that MNQ in English version has been translated and adjusted its meaning and context with Indonesian language and culture.

Keyword: Adaptation, Achievement Motivation, Manifest Needs Questionnaire

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini menuntut kinerja perusahaan yang tinggi untuk dapat bertahan hidup di tengah-tengah tingkat persaingan yang ketat antar perusahaan (Setyawan & Sahrah, 2012). Sebuah perusahaan sebagai suatu organisasi dinyatakan berhasil apabila dalam memberikan layanan kepada pelanggannya dapat diamati dan diukur melalui kinerja yang dihasilkan oleh organisasi tersebut. Kinerja organisasional mengukur tingkat efektivitas dan efisiensi usaha-usaha yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut (Heridiansyah & Redjeki, 2012). Hasil penelitian Solomon, Hashim, Mehdi, dan Ajagbe(2012) membuktikan bahwa kinerja organisasional dipengaruhi oleh motivasi karyawan. Lebih lanjut, Solomon, Hashim, Mehdi, dan Ajagbe (2012) menjelaskan bahwa karyawan yang termotivasi untuk mengerjakan tugas-tugas pekerjaannya merupakan karyawan yang produktif, yang dapat meningkatkan kinerja organisasi pula.

Motivasi karyawan di tempat kerja masih menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam menentukan apakah karyawan yang masuk ke dalam organisasi untuk berkomitmen pada kinerja atau tidak (Bhattacharyya, 2009). Untuk dapat mencapai target organisasi dan dirinya sendiri melalui setiap tantangan dan tekanan yang dihadapi di tempat kerja, karyawan perlu memiliki motivasi berprestasi (Omar, Arbab & Abdulrahman, 2018). Lebih lanjut, Omar, et. al (2018) menjelaskan bahwa dengan adanya motivasi berprestasi karyawan selalu menghasilkan sebuah keinginan untuk melakukan sesuatu dengan usaha lebih untuk mendapatkan hasil yang lebih baik, dan memiliki keinginan untuk sukses. Mahmoudi, Rostano, Mahmoudjanloo, dan Jahani (2017) menjelaskan bahwa motivasi berprestasi dapat membuat seseorang bekerja lebih baik dan lebih efektif.

Steers dan Braunstein (1976) mendefinisikan motivasi berprestasi sebagai dorongan seseorang untuk melakukan tugas-tugas yang sulit untuk mengembangkan diri agar menjadi lebih baik daripada prestasi kerja sebelumnya dan lebih baik dari pada rekan kerja, yang tidak menghindari untuk bertanggungjawab terhadap pekerjaannya. Steers dan Braunstein (1976)menjelaskan bahwa dalam teorinya, McClelland berpendapat bahwa perilaku yang

dimotivasi sebagian besar merupakan fungsi dari kekuatan berbagai kebutuhan waktu tertentu. Steers dan Braunstein (1976) juga menggunakan empat komponen kebutuhan berdasarkan teori kebutuhan menurut Murray (1938) untuk mengukur motivasi berprestasi, yakni *need for achievement*, *need for affiliation*, *need for autonomy*, dan *need for dominance*.

Smith (2015) mengatakan bahwa untuk mengukur motivasi berprestasi dapat dilakukan dengan menggunakan tes kepribadian dengan teknik proyektif maupun non proyektif. Teknik proyektif yang dapat digunakan untuk melihat motivasi berprestasi, yaitu TAT (*Thematic Apperception Test*) yang dikembangkan oleh Henry Murray pada tahun 1943, yang kemudian teori Murray tersebut diadaptasi oleh McClelland untuk mengembangkan TAT McClelland (Mayer, Faber, & Xu, 2007). TAT McClelland dapat digunakan untuk melihat motivasi berprestasi dalam sektor bisnis (McClelland, 1961). Lebih lanjut, Smith (2015) mengungkapkan bahwa adaptasi TAT mencakup beberapa gambar dan subjek diminta untuk membuat cerita dari setiap gambar tersebut. Individu yang dapat membuat cerita mengenai pencapaian suatu hal dapat diidentifikasi sebagai individu yang memiliki motivasi berprestasi tinggi. Teknik proyektif lain mengungkap motivasi berprestasi adalah *Geist Picture Interest Inventory* (GPII) yang dikembangkan oleh Geist pada tahun 1959. GPII mengungkap motivasi memilih pekerjaan dan karakteristik kepribadian. Selain GPII, ada pula *Multi-Motive Grid* (MMG) yang dikembangkan oleh Sokolowski pada tahun 2000.

Donoghue (2000) menjelaskan bahwa kelemahan utama dari teknik proyektif adalah keterampilan yang sesuai yang diperlukan dari peneliti. Respons memiliki sedikit makna tanpa evaluasi oleh peneliti yang terlatih dan penerjemah informasi yang terampil. Kelemahan lainnya menurut Donoghue (2000) adalah teknik proyektif mahal untuk dikelola karena harus mempekerjakan staf penelitian yang sangat terampil. Selain itu, beberapa subjek mungkin tidak setuju untuk berpartisipasi dalam latihan seperti bermain peran. Kelemahan teknik proyektif lainnya adalah pengukuran reliabilitas yang sangat sulit.

Teknik non proyektif yang dapat digunakan untuk mengukur motivasi berprestasi adalah skala psikologi (Mayer et al., 2007). Dalam penggunaan sehari-hari, banyak praktisi pengukuran maupun peneliti menyamakan saja istilah skala psikologi dan angket (Azwar, 2016). Namun, perlu dijelaskan bahwa sebagai alat pengumpulan data, kedua instrumen tersebut berbeda. Lebih lanjut Azwar (2016) menjelaskan bahwa salah satu perbedaan angket dan skala psikologi terletak pada data yang diungkap. Angket mengungkap data faktual, sedangkan skala psikologi mengungkap deskripsi aspek kepribadian individu.

Mathers, Fox, dan Hunn (2009) menjelaskan bahwa kelebihan skala psikologi adalah validitas internal dan eksternal yang baik, lebih efisien dari pada jenis teknik non proyektif lainnya, dapat mencakup sampel yang tersebar secara geografis, memiliki keuntungan etis, serta bersifat fleksibel. Skala psikologi memiliki validitas internal dan eksternal yang dapat diprediksi dibandingkan dengan teknik proyektif. Selain itu, Mathers, Fox, dan Hunn (2009) juga menjelaskan bahwa penyebaran skala psikologi dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik termasuk skala psikologi melalui pos dan wawancara telepon.

Salah satu skala psikologi yang dapat mengukur motivasi berprestasi pada bidang kerja adalah Manifest Needs Questionnaire (MNQ). MNQ disusun oleh Steers dan Braunstein (1976) berdasarkan kebutuhan menurut Murray (1938). MNQ terdiri dari 20 butir yang pernyataannya singkat dan hasil akhirnya merupakan jumlah dari skor masing-masing butir pada satu subjek. MNQ sudah diadaptasi dalam beberapa bahasa, diantaranya bahasa Turki (Özer, Özmer, & Eris, 2007) dan bahasa Jepang (Matsui, Okada, & Kakuyama, 1982). Bahasa merupakan produk dari budaya (Anastasi & Urbina, 2007), sehingga MNQ yang bahasa aslinya merupakan bahasa Inggris, yang perlu diadaptasi. Motivasi berprestasi juga dipengaruhi oleh budaya (Zhao & Pan, 2017), yakni Timur Tengah memiliki rasa etos kerja tinggi, karyawan Cina, karyawan Israel, dan karyawan Korea percaya bahwa "prestasi" adalah yang paling penting karena memenuhi kebutuhan aktualisasi diri; namun, untuk

karyawan Jerman, karyawan Belanda, dan karyawan Amerika, “kesenangan dalam bekerja” adalah yang paling penting. Selain itu, selama 75 tahun (1930-2005), hanya MNQ yang murni disusun pada setting kerja (Mayer et al., 2007). Steers dan Braunstein (1976) menjelaskan bahwa MNQ merupakan alat ukur dalam setting kerja, karena MNQ ditujukan untuk pengukuran perilaku organisasi, yaitu mengenai pencapaian tujuan kerja yang lebih dari kinerja sebelumnya dan lebih dari rekan kerja, hubungan dengan rekan kerja, dan tanggung jawab terhadap pekerjaan. Istilah adaptasi skala mengacu pada serangkaian penelitian psikometri untuk menyesuaikan suatu alat ukur atribut psikologis ke dalam budaya lokal dan/atau penerjemahan bahasa. Tindakan mengadaptasi atau menerjemahkan alat ukur atribut psikologis ke dalam bahasa dan/atau budaya lain adalah sesuatu yang lazim dilakukan (Anastasi & Urbina, 2007).

Borsa, Damásio, dan Bandeira(2012), terdapat enam tahap dalam mengadaptasi sebuah skala psikologis lintas budaya, yaitu menerjemahkan skala ke bahasa yang baru, sintesis versi yang telah diterjemahkan, evaluasi versi sintesis oleh ahli, evaluasi oleh target populasi, *back-translation*, dan *pilot study*. Selain itu, *International Test Commission* (ITC) (Bartram et al., 2018) menjelaskan beberapa tahap adaptasi skala psikologis, yaitu pre condition, pengembangan tes, konfirmasi (analisis empiris), administrasi, penskalaan skor dan interpretasi, serta dokumentasi. Dengan mempertimbangkan durasi penelitian, maka peneliti memodifikasi proses adaptasi, yang mengacu pada penelitian Wakabayashi (2014).

Menurut penelitian Wakabayashi (2014), tahap pertamadalam adaptasi lintas budaya pada skala psikologi adalah proses translasi dari skala dalam bahasa asli ke dalam bahasa sasaran. Tahap kedua adalah tahap pengecekan, yang melibatkan seorang psikolog yang dapat berbahasa sasaran dan asli. Psikolog tersebut mengecek butir-butir dalam bahasa sasaran untuk memastikan seberapa sesuai dengan butir-butir asli, dengan mengacu pada pendapat Borsa, dkk(2012), yakni memperhatikan aspek kesetaraan semantik, kesetaraan idiomatik, kesetaraan eksperensial, dan kesetaraan konseptual. Tahap ketiga adalah tahap *back translation*, yang melibatkan *native speaker* yang dapat memahami hasil translasi butir dari bahasa sasaran ke dalam bahasa asli, dan dievaluasi oleh peneliti untuk memastikan seberapa sesuainya dengan butir-butir asli dalam bahasa asli. Setelah melakukan tahap ketiga, dapat kembali melakukan tahap kedua untuk memastikan aspek-aspek kesetaraan pada versi *back translation*. Berdasarkan penjelasan di atas, maka perlu dilakukan adaptasi MNQ agar dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

METODE



Gambar 1. Proses Adaptasi

Gambar 1 merupakan proses adaptasi pada penelitian ini. Sebelum melaksanakan proses adaptasi MNQ, peneliti meminta izin kepada pengembang MNQ, dengan menggunakan media surat elektronik, untuk dapat mengadaptasi MNQ ke dalam bahasa Indonesia. Kemudian surat elektronik tersebut dibalas oleh pengembang MNQ yang mengizinkan

peneliti untuk dapat mengadaptasi MNQ ke dalam bahasa Indonesia. Selanjutnya, peneliti melaksanakan proses adaptasi MNQ yang didasarkan pada penelitian Wakabayashi (2014).

Tahap pertama merupakan proses translasi dari skala MNQ dalam bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. MNQ diterjemahkan oleh seorang Indonesia dengan nilai TOEFL sebesar 620. Sebelum proses terjemahan awal dimulai, peneliti meminta penerjemah untuk mengisi surat kesediaan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dan menandatangani.

Tahap kedua merupakan tahap pengecekan yang melibatkan seorang psikolog yang dapat berbahasa Indonesia dan Inggris. Psikolog yang dilibatkan adalah seorang dosen dari universitas swasta di Yogyakarta yang pernah tinggal di Australia selama 4 tahun. Psikolog tersebut mengecek butir-butir MNQ dalam bahasa Indonesia untuk memastikan seberapa sesuai dengan butir-butir MNQ yang asli. Dalam proses pengecekan, ada beberapa hal yang dibahas, yakni kesetaraan semantik, kesetaraan idiomatik, kesetaraan eksperimental, dan kesetaraan konseptual (Borsa et al., 2012). Sebelum proses Pengecekan dimulai, peneliti meminta penerjemah untuk mengisi surat kesediaan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dan menandatangani.

Dalam tahapan ketiga, peneliti melibatkan *native-English speaker* yang dapat berbahasa Indonesia dan Inggris secara lisan maupun tulisan. *Native-English speaker* yang dilibatkan merupakan *tour guide* yang tersertifikasi. *Tour guide* tersebut menerjemahkan MNQ dari bahasa Indonesia ke dalam bahasa Inggris, kemudian *tour guide* tersebut bersama peneliti menyesuaikan butir-butir MNQ pada tahap *back translation* dengan MNQ versi asli. Sebelum proses *back translation* dimulai, peneliti meminta penerjemah untuk mengisi surat kesediaan untuk berpartisipasi dalam penelitian ini dan menandatangani.

Setelah tahap *back translation* sudah dilakukan, ada beberapa butir yang berubah. Oleh karena itu, perlu didiskusikan kembali dengan Psikolog yang terlibat dalam proses pengecekan. Dalam proses pengecekan, ada beberapa hal yang dibahas, yakni kesetaraan semantik, kesetaraan idiomatik, kesetaraan eksperimental, dan kesetaraan konseptual (Borsa et al., 2012). Pada tahap ini menggunakan hasil tahap *back translation*.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengadaptasi MNQ. Pada proses ini, peneliti menggunakan analisis *professional judgement*. Hal ini dikarenakan peneliti melibatkan tiga ahli profesional dalam masing-masing tahap adaptasi. Proses adaptasi MNQ melewati empat tahap. *Pertama*, tahap translasi awal, yang dilakukan oleh seorang non psikologi, dengan nilai TOEFL sebesar 620 poin. Pada tahap ini, penerjemah hanya menerjemahkan butir pada skala asli yang dalam bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. *Kedua*, tahap pengecekan yang dilakukan oleh seorang psikolog yang pernah tinggal di negara yang menggunakan bahasa Inggris sebagai bahasa sehari-hari. Peneliti berdiskusi dengan psikolog tersebut mengenai setiap pernyataan berdasarkan empat aspek kesetaraan yang dikemukakan oleh Borsa et al. (2012). Butir-butir hasil translasi awal digunakan dalam tahap ini untuk dibandingkan dengan skala asli. Hasil tahap pengecekan adalah MNQ yang sudah diterjemahkan di tahap pertama sudah setara secara semantik, eksperimental, dan konseptual. Sedangkan, untuk aspek idiomatik, ada beberapa butir yang sudah setara secara idiomatik, tetapi ada beberapa butir yang disarankan untuk diubah kata atau kalimatnya. *Ketiga*, tahap *back translation* yang melibatkan seorang *native english speaker*, yakni *tour guide*. Hasil tahap *back translation* adalah ada butir yang sudah sesuai bahasa, ada yang memiliki kemiripan bahasa, ada yang menghilangkan istilah, juga ada yang mengubah kalimat. *Keempat*, setelah tahap *back translation* dilakukan, karena ada perubahan pada kalimat butir, maka tahap *checking* dilakukan kembali dengan psikolog yang sama pada tahap *checking* sebelumnya, untuk memastikan kesetaraan semantik,

idiomatik, eksperensial, dan konseptual, sehingga pada tahap ini merupakan tahap *review*. Hasil tahap *review* adalah semua butir pada MNQ sudah setara secara semantik, idiomatik, eksperensial, dan konseptual. Dengan kata lain, MNQ yang diadaptasi sudah sesuai dengan budaya Indonesia.

Ada beberapa butir yang menjadi syarat budaya dalam MNQ, yakni secara idiomatik. Pada butir nomor 3, istilah *“stick my neck out”* tidak digunakan dalam bahasa Indonesia karena hanya menegaskan kata sebelumnya, yaitu pengambilan resiko. Jika istilah ini digunakan, maka akan ada makna ganda dalam butir nomor 3. Pada butir nomor 10 dan 18, frasa *“find myself”* tidak digunakan dalam terjemahan bahasa Indonesia karena dalam terjemahannya akan membuat kalimat menjadi kurang tepat. Secara harfiah, *“find myself”* berarti *“mendapati diri saya”*. Butir ini menjadi pernyataan pengakuan, yang memiliki *social desirability* atau cenderung memberikan respons kepatutan sosial, yakni menegaskan yang baik dan menyembunyikan yang buruk (Widhiarso, 2011), terutama pada responden yang menyangkal terhadap kondisi sebenarnya (*denial*) (Oktapialdi, Tarigan, & Musthofa, 2018).

DISKUSI

Adaptasi MNQ dilakukan melalui tiga tahap, yaitu translasi awal, pengecekan, dan *back translation*. Dengan proses adaptasi tersebut, dihasilkan MNQ yang telah diadaptasi kedalam budaya Indonesia. Artinya bahwa MNQ yang berbahasa Inggris telah diterjemahkan dan disesuaikan kemaknaan dan konteksnya dengan bahasa dan budaya Indonesia. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan validasi secara psikometrik terhadap MNQ yang telah diadaptasi kedalam Bahasa dan Budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anastasi, A., & Urbina, S. (2007). *Tes psikologi* (7th ed.). Jakarta: PT. Indeks.
- Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bartram, D., Berberoglu, G., Grégoire, J., Hambleton, R., Muniz, J., & van de Vijver, F. (2018). ITC guidelines for translating and adapting tests (Second edition). *International Journal of Testing*, 18(2), 101–134. <https://doi.org/10.1080/15305058.2017.1398166>
- Bhattacharyya, D. K. (2009). *Human resource research methods*. New Delhi: Excel Books.
- Borsa, J. C., Damásio, B. F., & Bandeira, D. R. (2012). Cross-cultural adaptation and validation of psychological instruments. *Paidéia*, 22(53), 423–432. <https://doi.org/10.1590/1982-43272253201314>
- Donoghue, S. (2000). *Projective techniques in consumer research*. 28, 47–53.
- Heridiansyah, J., & Redjeki, D. P. S. (2012). Manajemen kinerja sebagai media perubahan. *Jurnal STIE Semarang*, 4(3), 29–38.
- Mahmoudi, G., Rostami, F., Mahmoudjanloo, S., & Jahani, M. (2017). Relationship of employees' achievement motivation and quality of working life with their self-efficacy at selected hospitals with a multi-group analysis: Moderating role of organizational ownership. *Materia Socio Medica*, 29(4), 237. <https://doi.org/10.5455/msm.2017.29.237-241>

- Mathers, N., Fox, N., & Hunn, A. (2009). *Surveys and questionnaire*. Yorkshire & the Humber: The NIHR RDS for the East Midlands.
- Matsui, T., Okada, A., & Kakuyama, T. (1982). Influence of achievement need on goal setting, performance, and feedback effectiveness. *Journal of Applied Psychology*, 67(5), 645–648. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.67.5.645>
- Mayer, J. D., Faber, M. A., & Xu, X. (2007). Seventy-five years of motivation measures (1930–2005): A descriptive analysis. *Motivation and Emotion*, 31(2), 83–103. <https://doi.org/10.1007/s11031-007-9060-2>
- Mcclelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton: D. Van Nostrand Company, Inc.
- Murray, H. A. (1938). *Exploration in personality*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Oktapialdi, R., Tarigan, M., & Musthofa, M. A. (2018). Pengembangan skala social desirability. *Jurnal Psikologi Insight*, 2(1), 33–42.
- Omar, K. M., Arbab, A. M., & Abdulrahman, K. M. (2018). Motivation effect on human resource management performance in Bahraini market regulatory authority. *Human Resource Management Research*, 8(2), 34–41. <https://doi.org/10.5923/j.hrmr.20180802.02>
- Özer, P. S., Özmer, O. N. T., & Eris, E. D. (2007). A scale development research on manifest needs. *Efge Academic Review*, 7(2), 553–571.
- Setyawan, N. F. B., & Sahrah, A. (2012). Peningkatan organizational citizenship behavior pada karyawan melalui pelatihan perjasama. *Insight*, 10(1), 17–36.
- Smith, R. L. (2015). A contextual measure of achievement motivation: Significance for research in counseling. In *Ideas and Research You Can Use: VISTAS 2015*. United State of America: American Counseling Association.
- Solomon, O., & Hashim, N. H. (2012). Employee motivation and organizational performance in multinational ompanies : A study of Cadbury Nigeria Plc. *International Journal of Research in Management & Technology (IJRMT)*, 2(3), 303–312.
- Steers, R. M., & Braunstein, D. N. (1976). A behaviorally-based measure of manifest needs in work settings. *Journal of Vocational Behavior*, 99, 251–266.
- Wakabayashi, A. (2014). A sixth personality domain that is independent of the Big Five domains: The psychometric properties of the HEXACO Personality Inventory in a Japanese sample. *Japanese Psychological Research*, 56(3). <https://doi.org/10.1111/jpr.12045>
- Widhiarso, W. (2011). Evaluasi properti psikometris Skala Kepatutan Sosial: Adaptasi dari Marlowe-Crowne Social Desirability Scale. *Insan*, 13(1), 138–148.
- Zhao, B., & Pan, Y. (2017). Cross-cultural employee motivation in international companies. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, 05(04), 215–222. <https://doi.org/10.4236/jhrss.2017.54019>