

Adaptasi dan Validasi Psikometris dari *Portrait Value Questionnaire* untuk Memetakan Nilai-Nilai Kerja Karyawan Indonesia

(*Adaptation and Psychometric Validation of Portrait Value Questionnaire to Map the Work Values of Indonesian Employees*)

**BIMO WIKANTIYOSO¹, LEO AGUNG MANGGALA YOGATAMA²,
RAPHAEL ADAM PRASETJAWIDJAJA³**

¹Fakultas Psikologi, Universitas Pancasila, Jl. Srengseng Sawah Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Ibu Kota Jakarta 12630, Indonesia

²Fakultas Psikologi, Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya, Jakarta, Indonesia

³Laboratorium Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental Komunitas, *Centre for Psychological Research of Trisula Ungu Indonesia*, Jl. Patimura No. 023 Dukuh Pasar Anyar, Kota Salatiga, Jawa Tengah 50712, Indonesia

Email: bimo.wikantiyoso@univpancasila.ac.id

Diterima 21 November 2025, Disetujui 19 Desember 2025, Dipublikasi 29 Desember 2025

Abstrak: Nilai (*value*) kerja berperan penting untuk membantu memahami perilaku individu di tempat kerja karena *value* merupakan landasan individu bertindak dan mengambil keputusan dalam pekerjaannya. Kendati demikian, penelitian lintas budaya menunjukkan bahwa pemaknaan serta struktur *value* kerja dapat bervariasi dan bergantung pada konteks sosial-budaya yang berlaku. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana struktur *value* kerja pada pekerja di Indonesia dengan mengacu pada basis kerangka teoretik *universal value* milik Schwartz menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) atas *dataset* yang dikumpulkan menggunakan *Portrait Value Questionnaire* yang dikombinasikan dengan PVQ-RR pada 519 pekerja di Pulau Jawa yang berada pada rentang usia 27–55 tahun. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, data dinilai memenuhi prasyarat EFA ($KMO = 0.911$; Bartlett $\chi^2(78) = 3353.020$; $p < .001$). PCA–Varimax mengidentifikasi tiga faktor yang lebih interpretable ($EV = 6.184$; 1.547; 0.808) dengan total varian menjelaskan 65.69%. Diperoleh tiga *higher order factor* baru dengan usulan nama berupa (1) harmoni relasional dan keamanan sosial, (2) kemandirian berlandaskan nilai sosial-budaya, serta (3) prestasi dan status sebagai identitas kerja. Pengelompokan indikator *value* ke dalam *higher order factor* dapat menghasilkan cetak biru (*blueprint*) yang lebih sensitif pada budaya Indonesia tanpa mengaburkan makna konstruk, sehingga hasilnya dapat menjadi *blueprint* awal bagi pengembangan PVQ berbahasa Indonesia yang lebih kontekstual.

Kata kunci: adaptasi budaya; nilai kerja; pekerja Indonesia; portrait value questionnaire

Abstract: Work values play a crucial role in understanding individual behavior in the workplace as it is serving as the foundation for one's decision-making at work. However, cross-cultural research indicates that the structure of work values may vary depending on the socio-cultural context of the worker lives in. Therefore, this study aims to explore the structure of work values among Indonesian employees based on Schwartz's theory of universal human values through an empirical examination using Exploratory Factor Analysis (EFA) on the dataset collected from 519 employees aged 27-55 years old residing on Java Island using Portrait Value Questionnaire combined with PVQ-RR. Based on the analysis, the data met the assumptions for EFA ($KMO = 0.911$; Bartlett's $\chi^2(78) = 3353.020$, $p < .001$). PCA with Varimax rotation identified a more interpretable three-factor solution ($EV = 6.184$, 1.547, 0.808, explaining 65.69% of the total variance. We then construct three new higher-order factors were identified as (1) relational harmony and social security, (2) self-determination grounded in socio-cultural values, and (3) achievement and status as work identity. Adapting terminology and clustering value indicators into higher-order factors can yield a blueprint that is

more sensitive to Indonesian culture without obscuring the meaning of the constructs, thereby providing an initial blueprint for developing a more context-sensitive Indonesian-version of PVQ (Portrait Values Questionnaire).

Keywords: *cultural adaptation; Indonesian employees; portrait value questionnaire; work values*

PENDAHULUAN

Nilai (*value*) adalah sebuah prinsip dasar yang dimiliki oleh individu dan digunakan sebagai pedoman dalam menilai dunia, mengambil keputusan, hingga menyikapi peristiwa yang terjadi dalam hidupnya. Menurut Schwartz (1992), *value* memiliki fungsi dalam memandu proses evaluasi peristiwa hidup individu yang bersifat lintas situasi, sehingga tidak hanya berlaku pada konteks, tempat, atau waktu tertentu, melainkan menjadi pedoman umum yang konsisten dalam berbagai situasi kehidupan seseorang, dan *value* sendiri tersusun berdasarkan tingkat kepentingannya. Tidak hanya sebagai panduan dalam memandang dunia, *value* juga memiliki korelasi yang tinggi dengan niat untuk melakukan sebuah perilaku (*intentional behaviors*), sehingga dapat menjadi prediktor dalam proses pengambilan keputusan (Bardi & Schwartz, 2003; Sagiv & Schwartz, 1995).

Secara lebih lanjut, Schwartz (2012) mengangkat kerangka teoretik berupa sepuluh *value* dasar pribadi yang bersifat universal, yakni (1) *self-direction* berupa kemandirian berpikir dan bertindak, (2) *stimulation* berupa kesenangan akan hal baru, tantangan, dan kegembiraan hidup, (3) *hedonism* berupa kenikmatan dan kepuasan indrawi untuk diri sendiri, (4) *achievement*

berupa keberhasilan pribadi yang diperoleh melalui kompetisi sosial, (5) *power* berupa status sosial, prestise, dan dominasi terhadap sumber daya serta orang lain, (6) *security* berupa keselamatan, keharmonisan, dan stabilitas dalam kemasyarakatan, hubungan dengan orang lain, dan diri sendiri, (7) *conformity* berupa pengendalian diri terhadap tindakan dan dorongan yang dinilai melanggar norma sosial atau berpotensi menyakiti orang lain, (8) *tradition* berupa penghormatan dan penerimaan terhadap adat, kepercayaan, maupun gagasan budaya atau agama, (9) *benevolence* berupa perhatian dan upaya untuk meningkatkan kesejahteraan orang-orang terdekat, dan (10) *universalism* berupa pemahaman, toleransi, dan perlindungan terhadap kesejahteraan seluruh manusia serta lingkungan hidup.

Karena sifatnya yang cenderung stabil dan konsisten serta memiliki korelasi yang kuat dengan *intentional behavior*, Eyal dkk. (2009) menjelaskan bahwa *value* dapat digunakan sebagai sebuah indikator untuk memprediksi perilaku individu di masa mendatang, terutama dalam konteks pekerjaan dan karier, baik pada konteks individu atau perilaku organisasi. Pada konteks individu, studi terdahulu dari Wikantiyoso dkk. (2024) menjelaskan bahwa *value* dapat memengaruhi bagaimana gaya seorang pengusaha dalam melakukan

kegiatan usaha dan akhirnya memprediksi keberhasilan berusaha pada *small-to-medium enterprise*. Studi lainnya juga menemukan bahwa *value* juga memiliki dampak yang signifikan tentang bagaimana individu melakukan pengembangan diri (*personal growth*), kompetensi, serta memiliki hubungan yang erat pada kemampuan adaptasi diri terhadap perubahan yang muncul dalam perjalanan kariernya (Wikantiyoso, 2024; Wikantiyoso & Handayani, 2025). Sedangkan dalam perilaku organisasi, *value* pribadi yang dimiliki oleh pegawai diketahui dapat memengaruhi cara mereka merespon situasi dalam pekerjaan, memandang dan menafsirkan pekerjaan, membuat keputusan, dan menjalankan peran organisasi (Ros dkk., 1999; Schwartz, 1999).

Guna mengukur *value* pribadi, Schwartz dkk. (2001) mengajukan sebuah instrumen ukur bernama *Portrait Value Questionnaire* (PVQ) yang mengukur bagaimana individu melakukan penempatan struktur prioritas atas *value* yang dimilikinya dari 10 *value* yang tersedia. Pengurutan atas *value* ini dapat menjadi tolok ukur untuk melihat kesesuaian pemaknaan dan prioritas *value* (Danioni dkk., 2023) yang pada konteks kerja, untuk melihat keselarasan prioritas *value* yang dimiliki oleh pekerja dengan prioritas nilai (*value*) kerja yang dimiliki oleh perusahaan. Kendati demikian, penggunaan instrumen ukur pengukuran *value* kerja ini tidak dapat secara harfiah diterapkan, karena adanya perbedaan struktur psikologis dalam pemaknaan *value*

yang bergantung pada konteks sosial dan budaya dimana proses pengukuran dilaksanakan. Hal tersebut diperkuat oleh beberapa studi terdahulu yang mengindikasikan adanya *invariance* atas instrumen ukur PVQ ketika diterapkan pada konteks budaya yang berbeda (Cieciuch dkk., 2014; Smullenbroek dkk., 2025).

Tidak hanya adanya indikasi *invariance* atas instrumen ukur PVQ ketika diterapkan pada konteks budaya yang berbeda, studi pembaharuan mengenai konsep *value* universal yang dilakukan oleh Schwartz dan Cieciuch (2022) juga menemukan adanya perbedaan interpretasi atas konsep-konsep tertentu dalam kerangka teoretik *value* yang diajukan, seperti pemaknaan terhadap nilai-nilai kekuasaan (*power*) dan keamanan (*security*). Studi lainnya oleh Miles dan Yeh (2022) tentang bagaimana faktor demografis seperti usia, gender, pekerjaan, atau pendidikan memengaruhi *value* pribadi juga memperkuat argumen bahwa konsep dan interpretasi atas *value* mungkin tidak bisa dianggap sama pada beragam konteks budaya, karena terdapat 75% efek variasi terkait perbedaan pemaknaan dan interpretasi *value* antar negara. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun model teoretik atas *value* bersifat global, tetapi ekspresi dan hierarki nilai tetap bersifat kontekstual, tergantung pada struktur sosial dan budaya tempat individu bernaung, seperti interaksi antara konteks makro (budaya, ekonomi, hingga sejarah) dan posisi sosial individu dalam masyarakat, sehingga pemaknaan *value* oleh

karyawan pada konteks kerja pun ikut terpengaruhi, di mana sebuah organisasi dan perusahaan tersebut bertempat.

Oleh karena itu, pada penelitian ini tim peneliti memiliki tujuan untuk mengkaji struktur teoretik nilai milik Schwartz pada konteks populasi pekerja Indonesia melalui teknik *exploratory factor analysis* (EFA). Usaha ini berangkat dari rekomendasi beberapa studi terdahulu yang menekankan pentingnya kajian konstruksi nilai kerja melalui analisis dan uji struktural demi mengukur kesetaraan (invariansi) nilai kerja sebelum melakukan studi lintas kelompok, bahkan negara (*cross-national*) (Cheung & Rensvold, 2002; Cieciuch & Davidov, 2012; Davidov dkk., 2008). Melalui metode EFA, secara metodologis tim peneliti dapat mengeksplorasi struktur faktor dalam pemaknaan konsep teoretik nilai yang muncul secara empiris pada populasi pekerja Indonesia tanpa terikat secara kaku pada suatu model teoretis yang sebelumnya diajukan oleh Schwartz, sehingga dapat berkontribusi untuk penerapan praktis bagi pemahaman dan pengembangan SDM di Indonesia.

METODE

Desain Penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain *cross-sectional survey*, berupa desain penelitian di mana peneliti melakukan pengumpulan data dari sebuah populasi sebanyak satu kali, tanpa mengumpulkan data tambahan dalam bentuk *follow-up* (Wang & Cheng, 2020). Tujuan utama dari penelitian

ini adalah untuk mengeksplorasi struktur laten *value* kerja berdasarkan kerangka teoretik milik Schwartz (2012) dalam konteks budaya kerja Indonesia.

Populasi dan Sampel. Total seluruh responden dalam penelitian ini berjumlah 519 orang dengan kriteria yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, berupa (1) merupakan pekerja aktif dengan masa kerja minimal satu tahun; (2) memiliki latar belakang pendidikan minimal SMA; (3) berdomisili di Pulau Jawa; dan (4) berada pada rentang usia 27 hingga 55 tahun.

Pemilihan Pulau Jawa sebagai lokasi penelitian berangkat dari data Badan Pusat Statistik (2025) yang memaparkan bahwa 51,15% populasi pekerja Indonesia berada di Pulau Jawa, sehingga dapat diasumsikan bahwa responden yang berdomisili di Pulau Jawa merepresentasikan karakteristik pekerja di Indonesia. Selain itu, Pulau Jawa sendiri diketahui memiliki keragaman budaya dan etnis yang tinggi serta, pada waktu yang sama, juga merupakan pusat aktivitas ekonomi nasional (Dsikowitzky dkk., 2019), sehingga memadai untuk menjadi tempat pengambilan data responden untuk menguji variasi penghayatan *value* kerja dalam konteks lintas budaya di Indonesia.

Instrumen Ukur. Selanjutnya, untuk proses pengumpulan data, tim peneliti menggunakan kombinasi antara kuesioner PVQ5X yang disusun oleh Schwartz dkk. (2013) dan butir *item* dari PVQ-RR yang disusun oleh Schwartz dan Cieciuch (2022), sehingga menghasilkan *pooled item* sebanyak 65 butir *item*. Butir *item* tersebut

kemudian diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia dari Bahasa Inggris agar dapat dipahami oleh responden yang merupakan penutur Bahasa Indonesia. *Pooled item* yang telah diperoleh selanjutnya dilakukan analisis *item rest correlation* untuk mengidentifikasi butir *item* yang memiliki daya beda lemah atau *redundant*, dan setelah dieliminasi berdasarkan korelasi antar *item*, diperoleh total 52 *item* yang *fit* untuk digunakan sebagai instrumen ukur dalam penelitian ini. Tim peneliti juga melakukan dua penyesuaian terhadap tata bahasa dari *domain* dalam instrumen ukur ini untuk meningkatkan penerimaan dan pemahaman *domain* konstruk secara lintas budaya tanpa menggeser substansi konstruk itu sendiri secara teoretiknya. Pertama, *domain self-direction* dipecah menjadi dua aspek, yakni *self-direction thought* dan *self-direction action*, untuk menggambarkan bagaimana manifestasi dimensi otonomi dalam konteks perilaku dalam sebuah organisasi. Kedua, label *domain hedonism* diubah menjadi *enjoyment* agar lebih halus secara linguistik dan menghindari asosiasi *domain* dengan terminologi sehari-hari “*hedon*” yang cenderung identik dengan konotasi negatif. Keputusan peneliti untuk memisahkan antara *self direction-thought* dan *self direction-action* berakar pada model nilai milik Schwartz, di mana kemandirian dalam berpikir (*independence of thought*) dan kemandirian dalam bertindak (*independence of action*) merupakan dua motivasi dasar yang berbeda dalam diri individu (Schwartz,

2012). Pada instrumen PVQ-RR juga menunjukkan bahwa kedua nilai tersebut dikelompokkan secara terpisah; selain itu, kedua *value* tersebut ditemukan stabil dalam riset di berbagai negara (Schwartz, 2021; Schwartz dkk., 2012). Sehingga, hal tersebut menjadi dasar mengapa dilakukan pemisahan antara keduanya.

Teknik Analisis. Dataset yang terkumpul kemudian akan dianalisis dengan menggunakan teknik *exploratory factor analysis* (EFA) untuk menemukan bagaimana pengelompokkan *value* yang ada dalam kerangka teoretik ke dalam kelompok-kelompok faktor yang khas dengan populasi masyarakat Indonesia. Adapun syarat yang harus dipenuhi (pengujian asumsi) sebelum melakukan proses EFA berupa skor nilai Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) > 0.5 dan nilai Bartlett’s Test < 0.05 untuk memastikan struktur faktor yang dibentuk nantinya memiliki struktur korelasi yang stabil untuk diinterpretasikan sebagai sebuah kelompok faktor laten baru.

Selanjutnya, data yang telah memenuhi asumsi dasar kemudian dilakukan proses ekstraksi faktor menggunakan *principal component analysis* (PCA) dengan tujuan untuk mereduksi dataset awal ke dalam beberapa kelompok faktor yang memiliki *maximum variance* dengan mengacu pada skor *eigenvalue* yang dimunculkan untuk menetapkan berapa banyak faktor yang nantinya terbentuk. Setelah dilakukan penetapan jumlah faktor, tim peneliti selanjutnya akan melakukan rotasi matriks

menggunakan Varimax dengan tujuan untuk memetakan di mana tata letak *value* dalam kelompok faktor yang telah ditetapkan. Nilai *factor loading* yang disarankan adalah $\geq 0,5$, dan masing-masing komponen faktor minimal berisikan tiga indikator *value*.

HASIL

Kelayakan Data

Sebelum dilakukan analisis data, tim peneliti melakukan uji kecukupan sampel dan mengevaluasi apakah data yang diperoleh sudah layak untuk dianalisis menggunakan *exploratory factor analysis* (EFA) ataupun belum.

Tabel 1. KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0.911
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square df	3353.020
	Sig.	0.000

Berdasarkan hasil di atas, ukuran KMO berada pada kategori sangat memadai (0.911), dan uji Bartlett menampilkan tingkat signifikan ($\chi^2 \approx 3353$, $df = 78$, $p < .001$), yang menandakan adanya matriks korelasi dengan pola yang sudah cukup stabil untuk diekstraksi menjadi faktor. Hasil tersebut dinilai sudah memenuhi rujukan metodologis untuk menyatakan prasyarat EFA yang baik, mencakup skor $KMO > 0.50$ dan Bartlett $p < .05$, sehingga dataset yang diperoleh selanjutnya akan digunakan untuk *exploratory factor analysis*.

Analisis Korelasi Antar Value

Setelah uji asumsi dasar terpenuhi, selanjutnya dilakukan uji korelasi antar *value* untuk menilai hubungan linear dan potensi tumpang tindih antar konstruk dalam skala yang sedang diteliti, dengan menggunakan panduan dari Ratner (2009) yang memaparkan bahwa koefisien korelasi antara 0 hingga 0.3 mengindikasikan hubungan linear (baik positif maupun negatif) yang lemah, sedangkan 0.3 hingga 0.7 mengindikasikan hubungan linear yang moderat (baik positif maupun negatif), serta 0.7 hingga 1.0 mengindikasikan hubungan linear yang kuat (baik positif maupun negatif). Pada konteks penelitian ini, korelasi yang tinggi dapat diterjemahkan adanya indikasi bahwa dimensi tersebut merefleksikan pemaknaan *value* yang berdekatan, dan korelasi yang rendah mengindikasikan adanya pemaknaan *value* yang berlawanan.

Tabel 2. Ringkasan Korelasi antar Value

No	Pasangan Value	r
1	SelfDirection-Stimulation	0.681
2	Benevolence-Universalism	0.625
3	Enjoyment-Security	0.601
4	Autonomyofaction-Selfdirection	0.592
5	AutonomyofAction-Enjoyment	0.574
6	Achievement-Power	0.558
7	Conformity-Benevolence	0.483
8	Security-Stimulation	0.375
9	Achievement-Benevolence	0.293
10	Power-Universalism	0.250
11	Conformity-Power	0.221
12	Achievement-Universalism	0.210
13	Achievement-Humility	0.100
14	Humility-power	0.052

Berdasarkan hasil analisis korelasi antar *value* yang dilakukan, secara umum seluruh dimensi *value* menunjukkan hubungan positif

satu sama lain dengan koefisien korelasi berkisar antara $r = 0.05$ hingga 0.68 . Korelasi tertinggi ditemukan antara *Self-Direction* dan *Stimulation* ($r = 0.68$), *Benevolence* dan *Universalism* ($r = 0.63$), serta *Enjoyment* dan *Security* ($r = .60$). Korelasi yang kuat ini menunjukkan bahwa *value* yang berada dalam *domain* motivasional serupa cenderung saling berdekatan secara empiris. Sebaliknya, korelasi terendah ditemukan antara *Humility* dan *Power* ($r = 0.05$) serta antara *Achievement* dan *Humility* ($r = 0.10$), yang mengindikasikan posisi kedua *value* tersebut sebagai *domain* berlawanan dalam model teoretikal *circumplex value* milik Schwartz (2012). Sementara itu, korelasi sedang ($r = 0.30-0.50$) muncul antara nilai-nilai lintas *domain*, seperti *Achievement* dan *Benevolence* ($r = 0.29$) serta *Security* dan *Stimulation* ($r = 0.37$), menunjukkan keterkaitan moderat antar orientasi motivasional yang tidak sepenuhnya kontradiktif. Secara umum, pola korelasi ini mendukung model teoretis Schwartz yang menggambarkan nilai-nilai sebagai sistem dinamis dan saling berhubungan, di mana nilai berdekatan secara motivasional memiliki korelasi tinggi, sedangkan nilai berlawanan menunjukkan korelasi rendah.

Analisis Faktor

Pada proses ekstraksi faktor, peneliti menggunakan metode ekstraksi *principal component analysis* dan memperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3. Ekstraksi Faktor Menggunakan *Principal Component Analysis*

<i>Component</i>	<i>Eigenvalue</i>	<i>%Var</i>
1	6.184	47.567
2	1.547	11.903
3	0.808	6.216

Mengacu pada kriteria Kaiser ($\lambda \geq 1$) yang tertampil pada tabel di atas, nilai *Total Initial Eigenvalues* yang memiliki *eigenvalue* ≥ 1 berjumlah dua ($\lambda_1 = 6,184$; 47,567% dan $\lambda_2 = 1,547$; 11,903%). Dengan demikian, apabila mengacu pada total initial *eigenvalues*, disarankan dibentuk dua faktor. Kendati demikian, setelah dilakukan analisis rotasi matriks dengan dua faktor dan tiga faktor, tim peneliti menemukan bahwa distribusi varian yang lebih seimbang dan struktur yang lebih mudah ditafsirkan dan secara fenomenologis lebih menggambarkan fenomena yang ada di lapangan apabila menggunakan struktur tiga faktor, sehingga pada artikel ini tim peneliti mengajukan struktur tiga faktor digunakan untuk pelaporan hasil.

Component Matrix

Mengacu pada jumlah faktor yang telah ditetapkan sebelumnya, peneliti selanjutnya melakukan analisis *rotated component matrix* dengan menggunakan Varimax, dengan tujuan untuk menentukan penempatan indikator *value* dan memaksimalkan banyaknya indikator yang memiliki skor *factor loading* yang tinggi pada masing-masing komponen faktor, serta meminimalkan *cross-loading*. Setelah dilakukan analisis, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. Rotated Component Matrix

Indikator	Component		
	1	2	3
<i>Humility</i>	0.750		
<i>Conformity</i>	0.730		
<i>Security</i>	0.730		
<i>Face</i>	0.672		0.536
<i>Enjoyment</i>	0.638		
<i>Benevolence</i>	0.595	0.507	
<i>Universalism</i>	0.586	0.540	
<i>Self Direction</i>		0.747	
<i>Stimulation</i>		0.720	
<i>Tradition</i>		0.600	
<i>Autonomy of Action</i>		0.513	0.499
<i>Achievement</i>			0.832
<i>Power</i>			0.724

Mengacu pada hasil di atas, dihasilkan tiga *higher structure factor*, di mana faktor pertama membentuk gugus nilai yang menonjolkan kerukunan dan ketertiban relasional yang terindikasi dari *humility*, *conformity*, *security*, *face*, *enjoyment*, serta dukungan prososial dari *benevolence* dan *universalism*. Pada penerapan konteks kerja, faktor ini menunjukkan orientasi bekerja untuk menjaga suasana rukun, menghindari konflik, memelihara nama baik, dan mencari rasa aman di lingkungan sosial, termasuk menikmati pekerjaan selama tidak mengganggu harmoni sosial yang sudah berlaku. Oleh karena itu, peneliti mengajukan penamaan faktor ini sebagai ***Harmoni Relasional dan Keamanan Sosial***.

Faktor kedua memadukan dorongan kemandirian kognitif dan tindakan dengan kepekaan secara sosial yang tertampil pada *value self-direction*, *stimulation*, *autonomy of action*, dan *tradition*, sambil tetap berdasar pada nilai kepedulian yang terindikasi dari *value benevolence* dan *universalism*. Pada konteks kerja, faktor ini menggambarkan

pekerja yang memiliki keinginan bereksplorasi dan berinovasi, namun pada waktu yang sama tetap menimbang norma kelompok dan tradisi sebagai panduan untuk menentukan arah dan pengambilan keputusan inovasi kerja. Oleh karena itu, tim peneliti mengajukan nama ***Kemandirian Berlandaskan Nilai Sosial-Budaya*** untuk faktor kedua karena dinilai dapat merepresentasikan semangat progresif yang tetap terikat pada kepentingan bersama.

Faktor ketiga merefleksikan orientasi pencapaian dan pengaruh yang dimiliki oleh individu, yang mana hal tersebut diindikasikan oleh *value achievement* dan *power*, serta beririsan dengan *autonomy of action* dan *face*. Pada konteks kerja, faktor ini dapat dimaknai sebagai wilayah yang menunjukkan kapabilitas pegawai, keinginan untuk memperoleh pengakuan, dan mengukuhkan posisi sosial dalam organisasi dan komunitas tempat pegawai berada. Oleh karena itu, tim peneliti mengajukan penamaan faktor ini sebagai ***Prestasi dan Status sebagai Identitas***.

Secara keseluruhan, ketiga faktor memperlihatkan wajah *value* yang khas pada budaya kerja Indonesia, yakni memiliki dorongan untuk menjaga “rukun” dan keamanan relasional, menunjukkan adanya ruang otonomi dan inovasi yang tetap menghormati nilai sosial-budaya, serta aspirasi untuk menghasilkan prestasi dan mencapai status yang menjadi sumber kebanggaan diri, keluarga, dan komunitas. Beberapa indikator yang tampak di lebih dari satu faktor (seperti *benevolence*, *universalism*, *face*, dan *autonomy of action*) diposisikan secara demikian karena struktur faktor ini berangkat dari konsep

teoretik *value* beserta butir *item* yang telah ada sebelumnya dan saling berpotongan, sehingga terdapat indikator-indikator yang terkandung dalam lebih dari satu faktor. Oleh karena itu, faktor yang dihasilkan pada penelitian ini bersifat *higher order factor*. Pembagian indikator ke dalam faktor ini selanjutnya dapat dikonfirmasi pada studi berikutnya untuk mempertajam batas antar konstruk.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap *dataset*, tim peneliti melakukan pemetaan *value* ke dalam tiga faktor baru dengan usulan nama berupa (1) ***harmoni relasional dan keamanan sosial*** yang menggambarkan budaya kolektivistik masyarakat Indonesia melalui pencarian rasa aman dalam kelompok kerja, (2) ***kemandirian berlandaskan nilai sosial-budaya*** yang menggambarkan semangat progresif pada generasi pekerja *modern* yang mandiri dalam berpikir dan bertindak sambil tetap mencoba menghormati nilai sosial dan tradisi, serta (3) ***prestasi dan status sebagai identitas kerja*** yang mencerminkan dinamika kompetitif dan *achievement orientation* untuk mencapai status sebagai sebuah kebanggaan (*pride*) dalam keluarga dan komunitas.

Hasil temuan dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa konfigurasi nilai kerja (*work value*) pada sampel pekerja Indonesia cenderung membentuk klaster *higher order* yang tidak sepenuhnya mengikuti pemisahan domain klasik, sehingga studi selanjutnya perlu menguji apakah model *value* ini lebih representatif pada konteks budaya kerja pekerja

Indonesia. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian lanjutan disarankan menguji kembali struktur ini melalui pendekatan konfirmatori yang mampu mengakomodasi hirarki dan irisan konstruk (seperti CFA, *higher-order/bifactor*, atau ESEM), serta menguji invariansi lintas kelompok dan lintas jenis organisasi untuk memastikan stabilitas model. Dengan pengujian tersebut, kontribusi teoretik penelitian ini dapat dikonfirmasi apakah faktor-faktor yang muncul benar merepresentasikan ciri khas nilai kerja pada pekerja Indonesia atau variasi yang bergantung pada karakteristik sampel dan *setting* kerja.

Secara substantif, struktur faktor yang dihasilkan sudah dapat dijadikan rancangan awal untuk dikembangkannya skala ukur PVQ-bahasa Indonesia karena masing-masing faktor sudah cukup salien untuk dipertahankan dan untuk selanjutnya divalidasi menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA) pada studi selanjutnya. Kendati demikian, peneliti mengakui masih terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, berupa cakupan sampel pada penelitian ini masih terfokus di pulau Jawa dan rentang karier tertentu sehingga penelitian selanjutnya dapat juga memperluas partisipan penelitian pada pulau lain di Indonesia sebelum melakukan CFA agar dapat menangkap struktur *value* yang lebih kontekstual sehingga bisa digeneralisasi pada skala nasional.

DISKUSI

Pada penelitian ini, tim peneliti menetapkan bahwa jumlah kelompok faktor yang akan dieksplorasi dari *dataset* ditentukan

berdasarkan skor Kaiser yang diperoleh dari hasil analisis *principal component analysis* dengan skor *eigenvalue* di atas 1. Mengacu pada hasil analisis yang diperoleh, skor *eigenvalue* yang berada di atas 1 hanya akan menghasilkan dua faktor, yakni faktor 1 = 6.184; faktor 2 = 1.547; dan faktor 3 = 0.808; sehingga, jika menggunakan panduan awal yang telah ditetapkan, maka jumlah faktor yang direkomendasikan untuk dieksplorasi adalah dua faktor saja. Meskipun demikian, pada penelitian ini tim peneliti memutuskan untuk mempertahankan faktor ketiga dengan mempertimbangkan bahwa muatan indikator pada faktor ketiga kami nilai masih dapat membentuk klaster yang koheren secara konsep teoretik *value* milik Schwartz (2012), sehingga penghapusan faktor tersebut justru berpotensi menghilangkan dimensi yang mungkin memiliki makna penting dalam pengukuran *value*. Brahmi dkk. (2025) berargumen secara lebih lanjut bahwa dalam melakukan evaluasi konstruk sebuah alat ukur melalui tindakan EFA, penting bagi peneliti untuk mempertimbangkan kesesuaian kombinasi antara kriteria statistik (yang dalam konteks ini adalah skor *eigenvalue*) dengan konsep teoretik yang dirujuk, sehingga tidak menghilangkan makna penting yang mungkin terkandung dalam faktor dengan kriteria statistik yang kurang memenuhi syarat.

Kendati demikian, meskipun struktur tiga faktor dapat dirasionalisasikan dengan pertimbangan-pertimbangan yang telah tim peneliti uraikan di atas, perlu dicatat bahwa skor *eigenvalue* faktor ketiga berada di bawah kriteria Kaiser (0.808), sehingga stabilitas

faktor ini mungkin tidak sekuat dua faktor lainnya. Implikasi dari penetapan tiga faktor ini adalah perlunya penafsiran yang lebih hati-hati dan menghindari generalisasi hasil temuan dalam penelitian ini secara berlebihan, seperti menyatakan tiga *higher order factor* ini adalah faktor-faktor *value* kerja yang dimiliki oleh pekerja di Indonesia. Penelitian lanjutan dengan ukuran sampel yang lebih besar dan variatif, serta kombinasi dengan analisis konfirmatoris (*confirmatory factor analysis*), perlu dilakukan untuk menguji kembali apakah struktur tiga faktor yang kami ajukan merupakan faktor yang benar-benar stabil atau justru struktur dua faktor lebih sesuai.

Pengajuan penamaan faktor yang diperoleh dalam analisis sebelumnya berangkat dari hasil analisis rotasi komponen matriks yang menunjukkan pengelompokan *value* dalam kerangka teoretik milik Schwartz. Pada faktor pertama, nilai-nilai seperti *humility*, *conformity*, *security*, *face*, *enjoyment*, *benevolence*, dan *universalism* mengelompok pada satu faktor yang peneliti interpretasikan sebagai keharmonisan dalam hubungan relasi sosial dan adanya keinginan untuk memiliki keamanan sosial. Kombinasi ini mencerminkan pentingnya menjaga situasi tetap rukun, menghindari konflik, serta mempertahankan nama baik dan penerimaan sosial sebagai orientasi utama dalam bekerja. Gelfand dkk. (2011) mengangkat pembahasan atas fenomena ini dengan istilah *tight and loose culture*, di mana *tight cultures* cenderung memiliki norma sosial yang jelas dan kuat, di mana deviasi akan diberikan hukuman sehingga muncul tingkat konformitas yang tinggi, sedangkan *loose*

cultures memiliki struktur norma yang lebih lemah dan fleksibel, sehingga terdapat toleransi yang lebih tinggi atas deviasi dan dapat menerima rentang ekspresi perilaku yang lebih luas.

Penginterpretasian tersebut diperkuat oleh studi terdahulu yang dilakukan oleh Mangundjaya (2013) yang mengidentifikasi bahwa struktur masyarakat Indonesia bersifat kolektivis dan memiliki kecenderungan untuk menghindari ketidakpastian, sehingga adanya sistem norma yang kuat cenderung terjadi. Selain itu, struktur nilai Schwartz menunjukkan bahwa *benevolence* dan *universalism* berfungsi melindungi kesejahteraan orang lain dan lingkungan sosial terdekat (Schwartz, 2012), yang memperkuat interpretasi adanya elemen sosial-prososial pada faktor ini. Sehingga, penamaan “Harmoni Relasional dan Keamanan Sosial” memiliki landasan teoretik–kultural yang kuat dalam merepresentasikan orientasi konservasi yang prososial dalam bentuk menjaga rukun, kepatuhan norma, dan perlindungan relasi pada pekerja Indonesia.

Faktor kedua memuat *value* berupa *benevolence*, *universalism*, *self-direction–thought*, *stimulation*, *tradition*, serta *autonomy of action*. Peneliti menginterpretasikan kombinasi *value* ini sebagai dorongan untuk mengekspresikan pemikiran dan tindakan secara mandiri, namun tetap menghormati norma sosial dan nilai kebajikan yang mengakar secara budaya, sehingga dinamai kemandirian berlandaskan nilai sosial-budaya. Kendati demikian, beberapa studi terdahulu mengenai otonomi dalam budaya kolektivistik

menekankan bahwa kemandirian di sini bukan berarti proses pengambilan keputusan berasal dari kelompok, melainkan kemandirian dalam pengambilan keputusan tetap dilakukan oleh individu yang tetap mempertimbangkan kewajiban relasional sosial yang mereka miliki dalam kelompok dan komunitas tempatnya bernaung (Chirkov dkk., 2003; Chirkov, 2009; Zhang dkk., 2025). Adanya kemampuan untuk melakukan pengambilan keputusan secara mandiri ini kemudian dijelaskan secara lebih lanjut oleh Purc dan Laguna (2019) bahwa nilai *self-direction* dan *stimulation* diketahui dapat mendorong perilaku inovatif dan eksplorasi ide di tempat kerja atau berkaitan dengan *innovative work behaviour*. Sehingga, faktor ini dapat dilihat sebagai representasi nilai kerja generasi Indonesia yang lebih progresif, modern, dan memiliki tendensi untuk melakukan perilaku inovatif, namun tetap menghargai tradisi yang berlaku.

Faktor ketiga yang terdiri dari *autonomy of action*, *achievement*, *power*, dan *face* menggambarkan cara pekerja memaknai prestasi sebagai sumber rasa hormat, status, serta legitimasi sosial, sehingga tim peneliti mengusung penamaan prestasi dan status sebagai identitas kerja. Penamaan tersebut berangkat dari studi yang dilakukan oleh Arrindell (2003) yang menjelaskan bahwa budaya merupakan sebuah *collective programming of mind* yang memengaruhi cara berpikir, merasa, dan bertindak dari anggota suatu kelompok. Pada konteks budaya Asia, konsep *face* berperan penting dalam hubungan kekuasaan dan pencapaian di tempat kerja, di

mana *face* ini dipupuk dari pencapaian yang dimiliki individu (Li, 2025; Ting-Toomey, 2005), karena keberhasilan tidak hanya dipahami sebagai tujuan pribadi semata, melainkan juga sebagai representasi kehormatan bagi kelompok (Costa & Faria, 2024). Sehingga, hal ini dapat menggambarkan mengapa pengelompokan indikator pencapaian berkaitan dengan *face* dan juga *power* pada konteks masyarakat Indonesia yang kolektif.

Hasil perolehan tiga faktor dalam penelitian ini sebaiknya diposisikan sebagai *higher order factors* atau ringkasan singkat, dan bukan sebagai pengganti kerangka teoretikal yang sebelumnya diajukan oleh Schwartz (2012), yang berisi sepuluh *universal value* yang dimiliki individu. Hal tersebut karena *higher order factors* hadir untuk menjelaskan mengapa *first order factors*, yang pada konteks penelitian ini merupakan sepuluh *universal value*, saling berkorelasi pada sebuah populasi (Eid & Koch, 2014; Schwartz, 2012). Adanya korelasi antar *value* ini diangkat oleh Hanel dkk. (2018) sebagai penjelas mengapa, meskipun *value* dasar yang dimiliki oleh individu dapat serupa (bersifat universal), akan tetapi manifestasi dan pemaknaannya dapat berbeda antara satu budaya dengan budaya lainnya. Perbedaan pemaknaan inilah yang penting untuk ditangkap dalam sebuah instrumen ukur agar dapat menghasilkan perolehan temuan yang bermakna dan sensitif terhadap konteks sosial-budaya yang ada.

Miles dan Yeh (2022) menjelaskan bagaimana faktor demografis seperti usia, gender, pekerjaan, atau pendidikan

memengaruhi *value* pribadi menemukan bahwa konsep dan interpretasi atas *value* tidak sama pada beragam konteks budaya dan terdapat 75% efek variasi terkait perbedaan pemaknaan dan interpretasi *value* antar negara. Studi lainnya oleh Soler-Anguiano dkk. (2023) juga berargumen bahwa terdapat perbedaan dalam menginterpretasi nilai (*value*) pada kelompok masyarakat individualis dan kolektivis, sehingga perlu dilakukan penyesuaian dalam memandang bagaimana target pengukuran memandang dan menginterpretasikan *value* itu sendiri. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun model teoretik atas *value* bersifat global, tetapi ekspresi, pemaknaan, dan hierarki nilai (*value*) tetap kontekstual sehingga diperlukan penyesuaian dalam pemaknaan dan konstruksi pengukurannya seperti yang dilakukan pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis korelasi antar *value* yang dilakukan, dimensi *value* secara umum menunjukkan hubungan positif dengan koefisien korelasi berkisar antara $r = 0.05$ hingga 0.68. Pola ini selaras dengan model sirkumpleks *value* milik Schwartz (2012) yang menggambarkan nilai sebagai sistem yang saling berhubungan secara dinamis, di mana *value* yang berdekatan secara motivasional akan memiliki korelasi tinggi, sementara nilai yang berlawanan menunjukkan korelasi rendah.

Korelasi tertinggi ditemukan antara *Self-Direction* dan *Stimulation* ($r = 0.68$), *Benevolence* dan *Universalism* ($r = 0.63$), serta *Enjoyment* dan *Security* ($r = 0.60$). Nilai-nilai tersebut menunjukkan keterkaitan yang kuat karena merepresentasikan domain motivasional yang serupa atau dimaknai oleh populasi

penelitian ini sebagai sesuatu yang berkaitan. Misalnya, hubungan kuat antara *self-direction* dan *stimulation* menunjukkan adanya kecenderungan individu yang menghargai kemandirian berpikir juga menikmati tantangan dan pengalaman baru, yang mana dalam konteks budaya kerja Indonesia hal ini mencerminkan munculnya orientasi kerja yang lebih inovatif dan dinamis, terutama di kalangan pekerja muda perkotaan. Temuan ini selaras dengan studi terdahulu yang menemukan bahwa kultur budaya kerja di Indonesia saat ini cenderung mengarah kepada orientasi kerja yang inovatif dan dinamis seperti pada badan usaha milik negara (BUMN) (Indrayanti dkk., 2025), perusahaan terbuka yang diperdagangkan dalam bursa saham (Andreas & Gumanti, 2022), hingga perusahaan skala kecil dan menengah (SME) (Khan dkk., 2025). Walaupun budaya kerja Indonesia cenderung hierarkis (Mohzana dkk., 2025), temuan ini mengindikasikan adanya kelompok pekerja yang mulai menghargai kebebasan berkreasi dalam konteks pekerjaan sekaligus mencari pengalaman kerja yang memberikan stimulasi.

Selanjutnya, korelasi tinggi antara *Benevolence* dan *Universalism* menunjukkan bahwa individu yang memiliki kepedulian terhadap orang-orang di sekitarnya cenderung juga memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan dalam konteks yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan karakteristik budaya Indonesia yang bersifat kolektivistik, di mana harmoni sosial, gotong royong, dan rasa kebersamaan menjadi nilai penting dalam

kehidupan sosial hingga dunia kerja (Irawan dkk., 2022; Van Der Kroef, 1953). Demikian pula, hubungan antara *Enjoyment* dan *Security* menunjukkan bahwa partisipan penelitian dalam penelitian ini memiliki kecenderungan untuk menghargai kenyamanan dan kesenangan hidup juga menempatkan keamanan serta stabilitas sebagai hal penting.

Sementara itu, korelasi rendah ditemukan antara *humility* dan *power* ($r = 0.05$) serta *achievement* dan *humility* ($r = 0.10$). Kedua pasangan *value* ini menunjukkan hubungan yang hampir tidak berkorelasi, menandakan adanya perbedaan motivasi mendasar di antara keduanya. Pada kerangka teoretiknya Schwartz, (2012) menjelaskan *humility* sebagai sebuah *value* yang merepresentasikan kerendahan hati dan pengendalian diri, sedangkan *power* merepresentasikan dominasi, status sosial, dan kontrol terhadap sumber daya. Pada konteks sosial-budaya Indonesia, diketahui terdapat jarak kekuasaan yang tinggi (*high power distance*), kecenderungan untuk menghormati kekuasaan dan hierarki, tetapi juga pada waktu yang sama mengharapkan pemimpin yang rendah hati dan tidak arogan (Kahn, 1978; Suhariadi dkk., 2023). Karena adanya dinamika sosial-budaya tersebut, nilai *power* dan *humility* dapat dipersepsikan untuk tidak dipegang oleh individu yang sama, melainkan berfungsi saling melengkapi pada level sosial, dimana pada konteks pekerjaan, seseorang idealnya dipandang sebagai seorang figur pekerja yang kuat tapi tidak terlalu kuat hingga mendominasi dan pada waktu yang sama diharapkan dapat sekaligus mengayomi.

Demikian pula, hubungan lemah antara *achievement* dan *humility* menunjukkan adanya jarak antara dorongan berprestasi dan tuntutan untuk tetap rendah hati. Temuan ini sejalan dengan studi terdahulu oleh Nyhof dkk. (2021) mengukur tentang *humility* pada populasi Indonesia dan menemukan bahwa aspek *humility* pada populasi Indonesia terdiri dari dimensi *lack of superiority*, *unselfish*, dan *impersonal modesty* yang mana hal tersebut kurang sejalan dengan konsep *achievement* yang menurut Schwartz (2012) merupakan keberhasilan pribadi yang ditujukan untuk menunjukkan bahwa dirinya nampak kompeten berdasarkan standar sosial. Korelasi rendah antara *humility* dan *achievement* ini menunjukkan budaya kerja Indonesia yang menekankan sopan santun dan kebersamaan, dimana individu berprestasi diharapkan tidak menonjolkan diri secara berlebihan. Temuan ini menunjukkan bahwa budaya kerja di Indonesia lebih menghargai bentuk prestasi yang kolektif dan inklusif dibandingkan yang individualistik yang terkonfirmasi oleh beberapa studi terdahulu yang juga memiliki temuan serupa (Hasibuan & Pasaribu, 2025; Nurmala & Mashuri 2025).

Secara keseluruhan, pola korelasi ini menggambarkan bahwa sistem nilai kerja karyawan Indonesia membentuk konfigurasi yang khas berupa adanya *value* yang berorientasi sosial seperti *benevolence* dan *conformity* yang saling memperkuat satu sama lain, yang dikonfirmasi oleh studi terdahulu oleh Bramanwidyantari dan Widhianingtani (2021) tentang nilai kerja milenial di Indonesia yang menemukan bahwa *benevolence* dan

conformity merupakan dua *value* tertinggi yang dianggap penting hampir oleh separuh responden milenial dalam risetnya. Temuan ini menunjukkan bahwa kedua nilai sosial tersebut muncul dan keberadaannya sama kuat dalam diri pekerja di Indonesia. *Value* inovatif seperti *self-direction* dan *stimulation* mulai tumbuh dalam kelompok pekerja, yang mana pertumbuhan ini dijelaskan secara lebih lanjut oleh Sahertian dan Jawas (2021) yang berargumen bahwa arus globalisasi di Indonesia diketahui membawa dampak perubahan *value* dan *attitude* kepada pekerja Indonesia, diantaranya meningkatkan sifat individualistik dan kecenderungan untuk menikmati hasil kerja (*hedonism*). Hal tersebut menjadi dasar penjelasan mengapa generasi pekerja masa kini lebih berani untuk mengekspresikan diri dan mengejar hal-hal baru yang sejalan dengan *value self-direction* (kebebasan memilih dan berpendapat) serta *stimulation* (mencari tantangan/variasi). Sementara itu, ditemukan *value* yang berlawanan seperti *power* dan *humility* tetap menunjukkan batas motivasional yang tegas antara penonjolan individu jika dibandingkan dengan penonjolan kolektif yang sesuai dengan konteks Indonesia dimana adanya jarak kekuasaan (*power distance*) yang tinggi, dimana di Indonesia individu (terutama pemimpin dalam sebuah organisasi) diharapkan untuk dapat memiliki kerendahan hati meskipun berada pada posisi power yang tinggi (Mulder, 2014; Sahertian & Jawas, 2021). Temuan ini menunjukkan pentingnya bagi organisasi di Indonesia untuk mengelola keseimbangan antara inovasi dan stabilitas,

antara pencapaian individu dan harmoni kelompok, serta antara otoritas dan kerendahan hati agar dapat mendorong kinerja pegawai secara tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, A., & Gumanti, T. A. (2022). Organizational culture and company values: A cross-sectional study on public companies in Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 76–85. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol27.iss1.art6>
- Arrindell, W. A. (2003). Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations. *Behaviour Research and Therapy*, 41(7), 861–862. [https://doi.org/10.1016/S0005-7967\(02\)00184-5](https://doi.org/10.1016/S0005-7967(02)00184-5)
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Penduduk, Laju Pertumbuhan Penduduk, Distribusi Persentase Penduduk, Kepadatan Penduduk, Rasio Jenis Kelamin Penduduk Menurut Provinsi, 2025* [Dataset]. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/V1ZSbFRUY3lTbFpEYTNsVWN GcDZjek53YkhsNFFUMDkjMyMwMDAw/jumlah-penduduk--laju-pertumbuhan-penduduk--distribusi-persentase-penduduk-kepadatan-penduduk--rasio-jenis-kelamin-penduduk-menurut-provinsi.html?year=2025>
- Bardi, A., & Schwartz, S. H. (2003). Values and Behavior: Strength and Structure of Relations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 29(10), 1207–1220. <https://doi.org/10.1177/0146167203254602>
- Bramanwidyantari, M., & Widhianingtanti, L. T. (2021). Benevolence and conformity: Millennials workers' basic values. *Social Values & Society*, 3(2), 65–69. <https://doi.org/10.26480/svs.02.2021.65.69>
- Brahmi, M., Soni, D., Ali, A., Sharma, G., & Kumar, J. (2025). Construct Validity, Dimensionality, and Internal Consistency of Psycho-social Questionnaires in Indian Young Adults: A Cross-sectional EFA-PCA-based Study. *Annals of Neurosciences*, 09727531251347182. <https://doi.org/10.1177/09727531251347182>
- Cheung, G. W., & Rensvold, R. B. (2002). Evaluating Goodness-of-Fit Indexes for Testing Measurement Invariance. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 9(2), 233–255. https://doi.org/10.1207/S15328007SEM0902_5
- Chirkov, V. I. (2009). A cross-cultural analysis of autonomy in education: A self-determination theory perspective. *Theory and Research in Education*, 7(2), 253–262. <https://doi.org/10.1177/1477878509104330>
- Chirkov, V., Ryan, R. M., Kim, Y., & Kaplan, U. (2003). Differentiating autonomy from individualism and independence: A self-determination theory perspective on internalization of cultural orientations and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(1), 97–110. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.84.1.97>
- Cieciuch, J., & Davidov, E. (2012). *A comparison of the invariance properties of*

- the PVQ-40 and the PVQ-21 to measure human values across German and Polish Samples.* <https://doi.org/10.5167/UZH-63007>
- Cieciuch, J., Davidov, E., Vecchione, M., Beierlein, C., & Schwartz, S. H. (2014). The Cross-National Invariance Properties of a New Scale to Measure 19 Basic Human Values: A Test Across Eight Countries. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(5), 764–776. <https://doi.org/10.1177/0022022114527348>
- Costa, A., & Faria, L. (2024). Individualist-collectivist profiles in secondary school: An exploratory study of trait emotional intelligence and academic achievement. *European Journal of Psychology of Education*, 39(3), 2783–2803. <https://doi.org/10.1007/s10212-024-00879-6>
- Danioni, F., Russo, C., Zagrean, I., Regalia, C., & Barni, D. (2023). “What matters to us”: The portrait values questionnaire to measure couple values. *Personal Relationships*, 30(2), 681–699. <https://doi.org/10.1111/per.12483>
- Davidov, E., Schmidt, P., & Schwartz, S. H. (2008). Bringing Values Back In: The Adequacy of the European Social Survey to Measure Values in 20 Countries. *Public Opinion Quarterly*, 72(3), 420–445. <https://doi.org/10.1093/poq/nfn035>
- Disikowitzky, L., Damar, A., Ferse, S. C. A., Irianto, H. E., Jennerjahn, T. C., Lukas, M. C., Nordhaus, I., Pohlmann, T., Schwarzbauer, J., Sugama, K., & Sumiono, B. (2019). Java Island, Indonesia. Dalam *World Seas: An Environmental Evaluation* (hlm. 459–490). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-100853-9.00029-4>
- Eid, M., & Koch, T. (2014). The Meaning of Higher-Order Factors in Reflective-Measurement Models. *Measurement: Interdisciplinary Research and Perspectives*, 12(3), 96–101. <https://doi.org/10.1080/15366367.2014.943591>
- Eyal, T., Sagristano, M. D., Trope, Y., Liberman, N., & Chaiken, S. (2009). When values matter: Expressing values in behavioral intentions for the near vs. distant future. *Journal of Experimental Social Psychology*, 45(1), 35–43. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2008.07.023>
- Gelfand, M. J., Raver, J. L., Nishii, L., Leslie, L. M., Lun, J., Lim, B. C., Duan, L., Almaliach, A., Ang, S., Arnadottir, J., Aycan, Z., Boehnke, K., Boski, P., Cabecinhas, R., Chan, D., Chhokar, J., D’Amato, A., Subirats Ferrer, M., Fischlmayr, I. C., ... Yamaguchi, S. (2011). Differences Between Tight and Loose Cultures: A 33-Nation Study. *Science*, 332(6033), 1100–1104. <https://doi.org/10.1126/science.1197754>
- Hanel, P. H. P., Maio, G. R., Soares, A. K. S., Vione, K. C., De Holanda Coelho, G. L., Gouveia, V. V., Patil, A. C., Kamble, S. V., & Manstead, A. S. R. (2018). Cross-Cultural Differences and Similarities in Human Value Instantiation. *Frontiers in Psychology*, 9, 849. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2018.00849>

- Hasibuan, S. & Pasaribu, R. (2025). Peran organizational citizenship behaviour dalam meningkatkan efektivitas tim kerja: studi dalam konteks organisasi modern. *Socius : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 3(1), 179-182. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15822810>
- Indrayanti, I., Ulfia, N., & Hidayat, T. (2025). From bureaucracy to innovation: How authentic leadership and empowerment drive change in Indonesian State-Owned Enterprises. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(3), 100584. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100584>
- Irawan, Elia, A., & Benius. (2022). Interactive effects of citizen trust and cultural values on pro-environmental behaviors: A time-lag study from Indonesia. *Heliyon*, 8(3), e09139. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09139>
- Kahn, J. S. (1978). Ideology and social structure in Indonesia. *Comparative Studies in Society and History*, 20(1), 103–122.
- Khan, M. I., Salendu, A., Azzahra, F., & Hussain, S. (2025). The Impact of Organizational Culture on Innovative Work Behavior Mediating Role of Perceived Organizational Support in Indonesian Small and Medium Enterprises (SMEs). *Journal of Psychological Perspective*, 7(1), 61–76. <https://doi.org/10.47679/jopp.7110702025>
- Li, Y. (2025). A Cross-Cultural Comparison of Nonverbal Communication between China and the United States. *Open Access Library Journal*, 12(7).
- Mangundjaya, W. L. H. (2013). Is There Cultural Change In The National Cultures Of Indonesia? *The International Association For Cross- Cultural Psychology Conferences*, 105, 59–68. <https://10.0.15.247/ZFMU4427>
- Miles, A., & Yeh, C. (2022). Do demographic predictors of personal values vary by context? A test of Schwartz's value development theory. *Social Sciences & Humanities Open*, 5(1), 100264. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2022.100264>
- Mohzana, M., Al-Pansori, Muh. J., & Rismawati, L. (2025). The Strategic Role of the Indonesian Language in Leadership and Corporate Management. *IJE : Interdisciplinary Journal of Education*, 3(1), 37–47. <https://doi.org/10.61277/ije.v3i1.191>
- Mulder, N. (2014). The ideology of Javanese-Indonesian leadership. *Leadership on Java* (pp. 57-72). Routledge.
- Nurmala, S., & Mashuri, A. (2025). Peran kepribadian dan orientasi budaya (Individualis vs. Kolektif) terhadap perilaku inovatif individual pada pegawai. *Jurnal Psikologi Sosial*, 23(1), 52–68. <https://doi.org/10.7454/jps.2025.08>
- Nyhof, M., Shaleh, A. R., Latifa, R., & Yulianto, H. (2021). Measuring Humility in an Indonesian Sample. *Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia (JP3I)*,

- 10(1), 79–98.
<https://doi.org/10.15408/jp3i.v10i1.20512>
- Purc, E., & Laguna, M. (2019). Personal Values and Innovative Behavior of Employees. *Frontiers in Psychology*, 10, 865.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00865>
- Ratner, B. (2009). The correlation coefficient: Its values range between +1/–1, or do they? *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 17(2), 139–142.
<https://doi.org/10.1057/jt.2009.5>
- Ros, M., Schwartz, S. H., & Surkiss, S. (1999). Basic Individual Values, Work Values, and the Meaning of Work. *Applied Psychology*, 48(1), 49–71.
<https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1999.tb00048.x>
- Sagiv, L., & Schwartz, S. H. (1995). Value priorities and readiness for out-group social contact. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69(3), 437–448.
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.69.3.437>
- Sahertian, P., & Jawas, U. (2021). Culture and excellent leaders: Case of indigenous and non-indigenous Indonesian leaders. *Heliyon*, 7(11), e08288.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08288>
- Schwartz, S. H. (1992). Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. Dalam *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 25, hlm. 1–65). Elsevier.
[https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60281-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60281-6)
- Schwartz, S. H. (1999). A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. *Applied Psychology*, 48(1), 23–47.
<https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.1999.tb00047.x>
- Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1).
<https://doi.org/10.9707/2307-0919.1116>
- Schwartz, S. H. (2021). Measuring the refined theory of individual values in 49 cultural groups (PVQ-RR). *Frontiers in Psychology*, 12, 1–23.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.626664>
- Schwartz, S. H., & Cieciuch, J. (2022). Measuring the Refined Theory of Individual Values in 49 Cultural Groups: Psychometrics of the Revised Portrait Value Questionnaire. *Assessment*, 29(5), 1005–1019.
<https://doi.org/10.1177/1073191121998760>
- Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., Ramos, A., Verkasalo, M., Lönnqvist, J.-E., Demirutku, K., Dirilen-Gumus, O., & Konty, M. (2013). *Portrait Values Questionnaire 5X Value Survey* [Dataset].
<https://doi.org/10.1037/t21484-000>
- Schwartz, S. H., Melech, G., Lehmann, A., Burgess, S., Harris, M., & Owens, V. (2001). Extending the Cross-Cultural Validity of the Theory of Basic Human Values with a Different Method of Measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 32(5), 519–542.
<https://doi.org/10.1177/0022022101032005001>

- Smallenbroek, O., Leijen, I., Stanciu, A., Van Herk, H., & Bardi, A. (2025). Constructing Schwartz values framework using the Rokeach values survey: Human value measurement in the longitudinal internet survey for social sciences. *PLOS One*, 20(8), e0329179. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0329179>
- Soler-Anguiano, F. L., Rivera-Aragón, S., & Díaz-Loving, R. (2023). Cross-cultural measurement invariance evidence of individualism and collectivism: From the idiosyncratic to universal. *Frontiers in Psychology*, 14, 1150757. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1150757>
- Suhariadi, F., Sugiarti, R., Hardaningtyas, D., Mulyati, R., Kurniasari, E., Saadah, N., Yumni, H., & Abbas, A. (2023). Work from home: A behavioral model of Indonesian education workers' productivity during Covid-19. *Heliyon*, 9(3), e14082. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e14082>
- Ting-Toomey, S. (2005). The Matrix of Face: An Updated Face-Negotiation Theory. Dalam *Theorizing about Intercultural Communication* (hlm. 71–92). SAGE.
- Van Der Kroef, J. M. (1953). Collectivism in Indonesian Society. *Social Research*, 20(2), 193–209.
- Wang, X., & Cheng, Z. (2020). Cross-Sectional Studies. *Chest*, 158(1), S65–S71. <https://doi.org/10.1016/j.chest.2020.03.012>
- Wikantiyoso, B. (2024). Prediction of Archetype Personality on Competence and Entrepreneurial Success: Phase-By-Phase Analysis. *Journal of The Community Development in Asia*, 7(3), 391–416. <https://doi.org/10.32535/jcda.v7i3.3517>
- Wikantiyoso, B., Suryani, A. O., & Soeharso, S. (2024). The Correlation Between Archetype Personality and Business Success in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Java Island. *Journal of The Community Development in Asia*, 7(3), 448–465. <https://doi.org/10.32535/jcda.v7i3.3516>
- Wikantiyoso, B., & Handayani, F. (2025). Career adaptability of recent graduate in the modern workplace: The roles of self-efficacy and social support. *GUIDENA: Jurnal Ilmu Pendidikan, Psikologi, Bimbingan dan Konseling*, 15(1), 153–161. <http://dx.doi.org/10.24127/gdn.v15i1.12102>
- Zhang, Z., Van Lieshout, L. L. F., Colizoli, O., Li, H., Yang, T., Liu, C., Qin, S., & Bekkering, H. (2025). A cross-cultural comparison of intrinsic and extrinsic motivational drives for learning. *Cognitive, Affective, & Behavioral Neuroscience*, 25(1), 25–44. <https://doi.org/10.3758/s13415-024-01228-2>