

ABSTRAK

Meningkatnya kompleksitas dan dinamika lingkungan bisnis pada tingkat lokal, regional, maupun global telah mendorong organisasi untuk meningkatkan efektivitas pengelolaan risiko. Dalam konteks tersebut, peran *auditor internal* dituntut menjadi lebih adaptif secara individu dan kelembagaan. Satuan Pengawasan Intern (SPI) PT PLN (Persero) pada tahun 2025 mengadopsi pendekatan *Purpose-Driven Internal Audit*, yang menempatkan fungsi audit sebagai mitra strategis bagi keberhasilan jangka panjang organisasi. Namun demikian, Indeks Kepuasan Pemangku Kepentingan Internal terhadap layanan *assurance* di Divisi Audit Konstruksi, Pembangkitan, dan Energi Baru Terbarukan (AKP) belum mencapai target pada tahun 2023 dan 2024.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan audit terhadap kepuasan *auditee*, dengan *perceived value* sebagai variabel mediasi. Secara khusus, penelitian ini menguji pengaruh langsung dan tidak langsung dari dimensi *service quality*—meliputi *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*—terhadap kepuasan, serta mengevaluasi peran *perceived value* dalam menjembatani hubungan tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada pegawai PLN yang menjadi *auditee* Divisi AKP pada tahun 2024. Untuk memperkaya hasil analisis, digunakan pula *Importance-Performance Map Analysis (IPMA)* dalam mengidentifikasi dimensi layanan audit yang memiliki tingkat kepentingan tinggi namun performanya masih perlu ditingkatkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas layanan audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap *perceived value*. Selanjutnya, *perceived value* terbukti menjadi mediator yang signifikan dalam hubungan antara kualitas layanan audit dan kepuasan *auditee*, baik secara langsung maupun tidak langsung. Di antara kelima dimensi tersebut, *responsiveness* dan *empathy* merupakan faktor yang paling dominan dalam membentuk persepsi nilai dan kepuasan terhadap layanan audit internal.

Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi SPI PLN dalam menetapkan prioritas perbaikan layanan berbasis persepsi pengguna audit. Temuan melalui *IPMA* dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi peningkatan layanan audit internal yang berorientasi pada penciptaan nilai. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat model SERVQUAL dan peran *perceived value* sebagai mekanisme psikologis penting dalam membangun kepuasan dalam layanan profesional berbasis kepercayaan.

Kata Kunci: *Auditee*, Kepuasan, Kualitas Layanan Audit, *Perceived Value*, *Importance-Performance Map Analysis*