

Metodologi Penelitian Untuk Bisnis

Eka Hendrayani, S.E., M.M.
Yefrinal Andra, S.E., M.M.
Lina Tio, S.E., M.B.A., Ph.D,
Donna Ikranova Febrina, S.Sos., M.Si,
Dr. Firman Syakri Pribadi, S.E., M.M
Dr. Dra. Tri Irfa Indrayani, MPd.
Dede Pramurza, S.E., M.Ak.
Reni Wijaya., M.Si.
Ratnawati Rafлис, S.E., M.M., Ak., CA,
Dr. Patria Nagara, S.E., M.M,
Dr. Kurniati Karim, S.E., M.Si,
Ety Sri Wahyuni, S.E., M.Si., Ph.D

Editor: Randi Rian Putra, S.Kom., M.Kom

Metodologi Penelitian Untuk Bisnis

Penulis:

Eka Hendrayani, S.E., M.M.

Yefrinal Andra, S.E., M.M.

Lina Tio, S.E., M.B.A., Ph.D,

Donna Ikranova Febrina, S.Sos., M.Si,

Dr. Firman Syakri Pribadi, S.E., M.M

Dr. Dra. Tri Irfa Indrayani, MPd.

Dede Pramurza, S.E., M.Ak.

Reni Wijaya., M.Si.

Ratnawati Raflis, S.E., M.M., Ak., CA,

Dr. Patria Nagara, S.E., M.M,

Dr. Kurniati Karim, S.E., M.Si,

Etty Sri Wahyuni, S.E., M.Si., Ph.D

Editor

Randi Rian Putra, S.Kom., M.Kom



Penerbit Serasi Media Teknologi

UU No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Perlindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- I. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- II. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- III. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- IV. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 100.000.000 (Seratus Juta Rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 500.000.000 (Lima Ratus Juta Rupiah).

Metodologi Penelitian Untuk Bisnis

PENULIS:

Eka Hendrayani, S.E., M.M.
Yefrina Andra, S.E., M.M.
Lina Tio, S.E., M.B.A., Ph.D.
Donna Ikranova Febrina, S.Sos., M.Si.
Dr. Firman Syakri Pribadi, S.E., M.M.
Dr. Tri Irfa Indrayani
Dede Pramurza, S.E., M.Ak.
Reni Wijaya, M.Si.
Ratnawati Raflis, S.E., M.M., Ak., CA.
Dr. Patria Nagara, S.E., M.M.
Dr. Kurniati Karim, S.E., M.Si.
Etty Sri Wahyuni, S.E., M.Si., Ph.D.

EDITOR:

Randi Rian Putra, S.Kom., M.Kom

© 2026, PT Serasi Media Teknologi
Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
Diterbitkan pertama kali oleh Penerbit Serasi Media Teknologi
Jl. R.A. Kartini, Payakumbuh – Sumatera Barat
Telp/WA : 085161581501
Email : serasimedia04@gmail.com
Anggota IKAPI : 054/SBA/2024

ISBN : 978-634-7800-44-2

Cetakan : Pertama, Agustus 2026
Halaman : x + 187 ; 25,7 cm

Dilarang keras menerjemahkan, memfotocopy, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit.

Dicetak oleh Penerbit Serasi Media Teknologi
isi diluar tanggung jawab percetakan



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami haturkan kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku yang berjudul “Metodologi Untuk Penelitian Bisnis”.

Metodologi Penelitian Bisnis adalah pendekatan sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data guna mendukung pengambilan keputusan bisnis. Prosesnya biasanya meliputi identifikasi masalah, perumusan tujuan penelitian, penyusunan hipotesis atau pertanyaan penelitian, pemilihan metode (kualitatif, kuantitatif, atau campuran), pengumpulan data melalui survei, wawancara, observasi, atau data sekunder, serta analisis data. Hasil penelitian digunakan untuk memahami pasar, perilaku konsumen, efektivitas strategi, dan peluang bisnis. Metodologi yang tepat membantu menghasilkan informasi yang valid, reliabel, dan relevan sehingga perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih akurat dan mengurangi risiko bisnis.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, masukan, dan inspirasi selama proses penyusunan buku ini. Semoga buku ini bermanfaat bagi pembaca dalam memahami Metodologi Penelitian Bisnis.

Kota Penulis, Juni 2026

Penulis



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
----------------------------	-----------

DAFTAR ISI.....	v
------------------------	----------

BAB I HAKIKAT PENELITIAN

Eka Hendrayani, S.E., M.M.

A. Pendahuluan.....	1
B. Konsep Dasar Penelitian dalam Bisnis.....	3
C. Perubahan Lingkungan Bisnis dan Kebutuhan Riset.....	5
D. Penelitian sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Bisnis....	6
E. Penelitian sebagai Sumber Inovasi dan Keunggulan Kompetitif	7
F. Penelitian untuk Memahami Konsumen dan Pasar	8
G. Kesimpulan.....	9

BAB II IDENTIFIKASI MASALAH DAN PERTANYAAN PENELITIAN

Yefrinal Andra, S.E., M.M

A. Hakikat Masalah Dalam Penelitian Bisnis	11
B. Sumber-sumber Masalah Penelitian Dalam Organisasi Media	13
C. Teknik Identifikasi Masalah Dalam Organisasi.....	16
D. Analisis Kesenjangan (GAP Analisis) Sebagai Dasar Perumusan Masalah.....	19
E. Mengubah Masalah Menjadi Peluang Penelitian.....	21
F. Teknik Perumusan Masalah, Pertanyaan Penelitian, serta Hubungannya dengan Tujuan dan Hipotesis Penelitian	24
G. Kesimpulan.....	26

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Lina Tio, M.B.A., Ph.D.

A. Pendahuluan.....	29
B. Konsep Tujuan Penelitian dalam Riset Bisnis	30
C. Prinsip Penyusunan Tujuan Penelitian	30
D. Teknik Penyusunan Tujuan Penelitian (1)	32
E. Teknik Penyusunan Tujuan Penelitian (2)	33
F. Manfaat Penelitian dalam Perspektif Bisnis dan Akademik	34
G. Teknik Penyusunan Manfaat Penelitian.....	34
H. Hubungan Tujuan dan Manfaat Penelitian	35
I. Tujuan dan Manfaat Penelitian dalam Berbagai Jenis Karya Ilmiah.....	35
J. Contoh Konkret Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Cara Penulisannya	36
K. Hal-Hal yang Harus Dihindari dalam Merumuskan Tujuan dan Manfaat Penelitian	38
L. Kesimpulan.....	40

BAB IV KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

Donna Ikranova Febrina, S.Sos., M.Si.

A. Pendahuluan.....	41
B. Konsep dan Tujuan Kajian Pustaka	41
C. Jenis dan Kriteria Referensi Penelitian Bisnis.....	44
D. Teknik Sintesis Literatur dan Pengayaan Empiris	44
E. Konsep dan Fungsi Kerangka Teoritis	45
F. Tahapan Pengembangan Kerangka Teoritis	46
G. Peran Kajian Pustaka dalam Membangun Solusi Bisnis Berbasis Bukti	52

H. Kesimpulan.....	52
--------------------	----

BAB V DESAIN PENELITIAN: MEMILIH JALUR KUALITATIF ATAU KUANTITATIF DALAM RISET BISNIS

Dr. Firman Syakri Pribadi

A. Pendahuluan.....	54
B. Mengapa Kita Bertanya?	55
C. Anatomi Masalah: Menilai Karakteristik Fenomena	61
D. Teknik Pengumpulan Data.....	67
E. Implementasi dalam Domain Manajemen.....	73
F. Dikotomi: Metode Campuran (Mixed Methods).....	74
G. Kesimpulan : Peneliti sebagai Arsitek Makna.....	75

BAB VI PERANCANGAN INSTRUMEN DAN KUESIONER PENELITIAN

Dr. Tri Irfa Indrayani

A. Pengertian Instrumen Penelitian.....	76
B. Jenis-Jenis Instrumen Penelitian.....	80
C. Kuesioner sebagai Instrumen Penelitian Kuantitatif.....	81
D. Langkah-Langkah Menyusun Instrumen Penelitian	82
E. Skala Pengukuran dalam Kuesioner.....	84
F. Panduan Praktis Menyusun Pertanyaan Kuesioner	85
G. Teknik Menghindari Bias Responden.....	87
H. Kesimpulan	91

BAB VII UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN

Dede Pramurza, S.E., M.Ak

A. Pendahuluan.....	94
B. Konsep Validitas Instrumen	95
C. Jenis-Jenis Validitas	97

D. Metode Pengujian Validitas	98
E. Konsep Reliabilitas Instrumen.....	102
F. Jenis-Jenis Reliabilitas Instrumen	103
G. Metode Pengujian Reliabilitas Instrumen	105
H. Hubungan Validitas dan Reliabilitas	108
I. Impelementasi	108

BAB VIII POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING

Reni Wijaya, M.Si.

A. Populasi.....	110
B. Sampel	112
C. Teknik Sampling	113
D. Cara Menentukan Target Responden yang Tepat dalam Dunia Bisnis	116
E. Pentingnya Sampling yang Tepat dalam Bisnis.....	120
F. Contoh Kasus Dunia Bisnis	121
G. Kesimpulan.....	121

BAB IX TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Ratnawati Rafli, S.E., M.M., Ak., CA.

A. Pendahuluan.....	122
B. Pengumpulan Data Awal.....	124
C. Pengumpulan Data Primer	126
D. Pengumpulan Data Sekunder Melalui Survey Literature Atau Dokumentasi.....	130
E. Kesimpulan.....	134

BAB X ETIKA DAN INTEGRITAS DALAM PENELITIAN BISNIS

Dr. Patria Nagara, S.E., M.M.

A. Konsep Dasar Analisis dan Interpretasi Data.....	136
---	-----

B. Proses dan Tahapan Analisis Data	138
C. Analisis Data Kuantitatif	141
D. Analisis Data Kualitatif	144
E. Penyajian Hasil Analisis	148
F. Interpretasi Hasil Penelitian	150
G. Contoh Studi Kasus Analisis dan Interpretasi Data Bisnis	153
H. Kesimpulan.....	156

BAB XI ETIKA DAN INTEGRITAS DALAM PENELITIAN BISNIS

Dr. Kurniati Karim, S.E., M.Si.

A. Pendahuluan	159
B. Konsep Etika Penelitian	160
C. Integritas dan Kejujuran Data	162
D. Perlindungan Privasi Responden	163
E. Etika Penelitian Bisnis di Era Digital.....	165
F. Dilema Etika.....	165
G. Strategi Menjaga Etika	166
H. Kesimpulan.....	167

BAB XII PENULISAN LAPORAN DAN KOMUNIKASI HASIL RISET

Etty Sri Wahyuni, S.E., M.Si., Ph.D

A. Pendahuluan: Mengapa Penulisan Laporan Itu Penting?	169
B. Anatomi Laporan Penelitian Bisnis	170
C. Panduan Menulis Setiap Bagian Laporan	172
D. Teknik Penulisan yang Efektif.....	177
E. Seni Menyajikan Data secara Visual	179
F. Menyusun Daftar Pustaka dengan Format APA	180
G. Komunikasi Hasil Riset: Dari Laporan ke Presentasi.....	181
H. Contoh Garis Besar Laporan Penelitian.....	183

I. Checklist Penulisan Laporan Penelitian	185
J. Rangkuman	186
DAFTAR PUSTAKA.....	188



BAB I

HAKIKAT PENELITIAN

Eka Hendrayani, S.E., M.M.

Universitas Mahaputera Mauhammad Yamin

A. Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis pada abad ke-21 ditandai dengan perubahan yang sangat cepat, kompleks, dan penuh ketidakpastian. Globalisasi, digitalisasi, kemajuan teknologi informasi, serta perubahan perilaku konsumen telah menciptakan lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Dalam kondisi tersebut, organisasi bisnis tidak lagi dapat mengandalkan intuisi atau pengalaman semata dalam mengambil keputusan strategis. Sebaliknya, perusahaan membutuhkan pendekatan yang sistematis, berbasis data, dan ilmiah untuk memahami dinamika pasar serta merumuskan strategi yang tepat. Pendekatan tersebut dikenal sebagai penelitian bisnis (*business research*) (Creswell & Creswell, 2023; Saunders et al., 2022).

Penelitian bisnis merupakan proses sistematis untuk mengumpulkan, menganalisis, dan menginterpretasikan data guna membantu pengambilan keputusan dalam organisasi. Penelitian ini dapat mencakup berbagai aspek, seperti analisis pasar, perilaku konsumen, strategi pemasaran, inovasi produk, manajemen sumber daya manusia, hingga evaluasi kinerja organisasi. Dengan kata lain, penelitian bisnis menjadi landasan penting bagi perusahaan untuk memahami lingkungan eksternal maupun internal sehingga dapat

merumuskan strategi yang efektif (Hair et al., 2020; Zikmund et al., 2021).

Dalam era ekonomi berbasis data (*data-driven economy*), penelitian tidak hanya menjadi aktivitas akademik, tetapi juga menjadi bagian integral dari proses manajemen. Banyak perusahaan global menjadikan penelitian sebagai bagian dari strategi bisnis mereka. Misalnya, perusahaan teknologi seperti Google, Amazon, dan Microsoft secara konsisten melakukan penelitian berbasis data untuk memahami perilaku pengguna dan mengembangkan produk yang inovatif (Davenport & Bean, 2021).

Penelitian memungkinkan organisasi untuk mengidentifikasi peluang baru, memahami kebutuhan konsumen, meningkatkan efisiensi operasional, serta meminimalkan risiko dalam pengambilan keputusan. Tanpa penelitian yang memadai, perusahaan berpotensi membuat keputusan yang keliru yang dapat berdampak pada kerugian finansial, kehilangan pangsa pasar, bahkan kegagalan bisnis (Melović et al., 2021).

Menurut berbagai studi manajemen modern, perusahaan yang menggunakan pendekatan berbasis data dalam pengambilan keputusan cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang hanya mengandalkan intuisi manajerial. Penelitian juga menjadi sarana penting untuk menguji hipotesis, mengevaluasi strategi bisnis, serta menghasilkan inovasi yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan di pasar global (Davenport & Bean, 2021; Ratnasari et al., 2022).

Oleh karena itu, memahami hakikat penelitian menjadi hal yang sangat penting bagi pelaku bisnis, manajer, maupun akademisi di

bidang manajemen dan kewirausahaan. Bab ini akan membahas secara mendalam mengenai konsep dasar penelitian bisnis, peran penelitian dalam pengambilan keputusan organisasi, serta alasan mengapa penelitian menjadi faktor penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan bisnis.

B. Konsep Dasar Penelitian dalam Bisnis

Secara umum, penelitian dapat didefinisikan sebagai proses ilmiah yang sistematis untuk memperoleh pengetahuan baru atau memverifikasi pengetahuan yang sudah ada melalui pengumpulan dan analisis data. Dalam konteks bisnis, penelitian digunakan untuk memahami fenomena ekonomi dan organisasi yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan (Creswell & Creswell, 2023).

Penelitian bisnis memiliki karakteristik utama sebagai berikut:

1. Sistematis

Penelitian dilakukan melalui prosedur yang terstruktur dan mengikuti langkah-langkah ilmiah yang jelas sehingga proses penelitian dapat dilakukan secara konsisten dan terarah (Saunders et al., 2022).

2. Objektif

Penelitian harus bebas dari bias pribadi peneliti sehingga hasilnya dapat dipercaya dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan yang rasional (Hair et al., 2020).

3. Berbasis data

Keputusan dan kesimpulan penelitian didasarkan pada data yang valid dan reliabel sehingga mampu menggambarkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan (Zikmund et al., 2021).

4. Dapat diuji

Hasil penelitian dapat diverifikasi atau diuji ulang oleh peneliti lain menggunakan metode yang sama sehingga menghasilkan temuan yang konsisten (Creswell & Creswell, 2023).

5. Relevan dengan pengambilan keputusan

Penelitian bisnis bertujuan untuk memberikan informasi yang berguna bagi manajemen dalam merumuskan strategi dan kebijakan organisasi (Saunders et al., 2022).

Dalam praktiknya, penelitian bisnis dapat dibagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. Penelitian Eksploratif

Penelitian eksploratif dilakukan untuk memahami fenomena yang masih belum banyak diketahui. Penelitian ini sering digunakan pada tahap awal penelitian untuk mengidentifikasi masalah atau peluang bisnis (Hair et al., 2020). Contohnya adalah penelitian mengenai perilaku konsumen terhadap produk baru atau tren pasar yang sedang berkembang.

2. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan karakteristik suatu fenomena atau populasi tertentu. Penelitian ini biasanya menggunakan metode survei atau observasi (Zikmund et al., 2021). Contohnya adalah penelitian mengenai profil pelanggan suatu perusahaan atau tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk.

3. Penelitian Kausal

Penelitian kausal bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini sering digunakan untuk menguji hipotesis dalam ilmu manajemen (Creswell & Creswell, 2023). Contohnya adalah penelitian mengenai pengaruh strategi pemasaran terhadap peningkatan penjualan.

Dalam konteks bisnis modern, penelitian juga semakin memanfaatkan teknologi digital seperti big data analytics, machine learning, dan artificial intelligence untuk mengolah data dalam jumlah besar. Teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk memperoleh wawasan yang lebih akurat dan mendalam mengenai perilaku konsumen serta dinamika pasar (Gangadharan et al., 2024; Sudiantini et al., 2024).

C. Perubahan Lingkungan Bisnis dan Kebutuhan Riset

Salah satu alasan utama mengapa penelitian menjadi sangat penting dalam bisnis adalah karena perubahan lingkungan bisnis yang sangat cepat. Faktor-faktor seperti globalisasi, digitalisasi, serta perkembangan teknologi telah mengubah cara perusahaan beroperasi dan bersaing (Davenport & Bean, 2021). Perusahaan yang tidak mampu beradaptasi dengan perubahan tersebut berisiko kehilangan daya saing di pasar. Penelitian memungkinkan perusahaan untuk memahami perubahan lingkungan bisnis dan meresponsnya secara tepat (Saunders et al., 2022). Sebagai contoh, perkembangan teknologi digital telah mengubah cara konsumen berbelanja. Munculnya *e-commerce*, media sosial, dan platform digital lainnya

telah menciptakan pola perilaku konsumen yang baru. Untuk memahami perubahan ini, perusahaan perlu melakukan penelitian pasar yang komprehensif (Hair et al., 2020).

Penelitian juga membantu perusahaan dalam mengidentifikasi tren pasar dan peluang bisnis baru. Misalnya, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu lingkungan telah mendorong perusahaan untuk mengembangkan produk yang ramah lingkungan. Tanpa penelitian yang memadai, perusahaan mungkin tidak dapat memahami perubahan preferensi konsumen tersebut (Ratnasari et al., 2022). Selain itu, penelitian juga berperan penting dalam mengurangi ketidakpastian dalam pengambilan keputusan bisnis. Dalam lingkungan bisnis yang kompleks, keputusan manajerial seringkali melibatkan risiko yang tinggi. Dengan menggunakan penelitian yang sistematis, perusahaan dapat memperoleh informasi yang lebih akurat sehingga dapat mengurangi risiko kesalahan keputusan (Melović et al., 2021).

D. Penelitian sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Bisnis

Pengambilan keputusan merupakan salah satu fungsi utama dalam manajemen. Setiap hari, manajer di berbagai organisasi harus membuat keputusan yang berkaitan dengan strategi pemasaran, investasi, pengembangan produk, serta pengelolaan sumber daya manusia (Saunders et al., 2022). Penelitian bisnis memberikan dasar empiris bagi proses pengambilan keputusan tersebut. Dengan menggunakan data yang akurat dan analisis yang sistematis, manajer dapat membuat keputusan yang lebih rasional dan efektif (Zikmund et al., 2021).

Penelitian juga membantu perusahaan dalam mengevaluasi berbagai alternatif strategi sebelum mengambil keputusan. Misalnya, sebelum meluncurkan produk baru, perusahaan dapat melakukan penelitian pasar untuk mengetahui potensi permintaan dan preferensi konsumen (Hair et al., 2020). Selain itu, penelitian juga memungkinkan perusahaan untuk mengukur kinerja strategi yang telah diterapkan. Dengan melakukan evaluasi berbasis data, perusahaan dapat mengetahui apakah strategi tersebut efektif atau perlu diperbaiki (Melović et al., 2021).

Penelitian modern juga memanfaatkan teknologi seperti artificial intelligence dan machine learning untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan. Teknologi ini memungkinkan perusahaan untuk menganalisis data dalam jumlah besar secara cepat dan akurat sehingga dapat menghasilkan wawasan yang lebih mendalam mengenai pasar dan konsumen (Górka et al., 2025). Selain itu, penelitian berbasis data juga membantu perusahaan dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih tepat. Analisis data memungkinkan organisasi untuk memahami hubungan antara berbagai faktor yang mempengaruhi kinerja perusahaan, seperti strategi bisnis, orientasi pasar, dan inovasi organisasi (Ratnasari et al., 2022).

E. Penelitian sebagai Sumber Inovasi dan Keunggulan Kompetitif

Selain membantu pengambilan keputusan, penelitian juga memainkan peran penting dalam menciptakan inovasi. Inovasi merupakan salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilan

perusahaan dalam jangka panjang (Davenport & Bean, 2021). Perusahaan yang mampu menciptakan inovasi secara berkelanjutan biasanya memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat dibandingkan pesaingnya. Penelitian memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi peluang inovasi serta mengembangkan produk atau layanan baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Melović et al., 2021). Penelitian juga memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan konsumen secara lebih mendalam. Dengan memahami kebutuhan tersebut, perusahaan dapat mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah bagi konsumen (Hair et al., 2020).

Studi mengenai hubungan antara inovasi dan kinerja perusahaan menunjukkan bahwa investasi dalam penelitian dan pengembangan (R&D) memiliki dampak positif terhadap daya saing dan nilai perusahaan di pasar (Ratnasari et al., 2022). Selain itu, penelitian juga membantu perusahaan dalam mengidentifikasi teknologi baru yang dapat meningkatkan efisiensi operasional. Dalam era digital, banyak perusahaan memanfaatkan teknologi seperti big data analytics dan machine learning untuk meningkatkan efektivitas strategi bisnis mereka (Gangadharan et al., 2024).

F. Penelitian untuk Memahami Konsumen dan Pasar

Salah satu tujuan utama penelitian bisnis adalah untuk memahami konsumen dan pasar. Konsumen merupakan elemen penting dalam sistem bisnis karena mereka menentukan keberhasilan suatu produk atau layanan (Zikmund et al., 2021). Melalui penelitian pasar, perusahaan dapat memperoleh informasi mengenai:

1. Kebutuhan dan preferensi konsumen
2. Perilaku pembelian
3. Tingkat kepuasan pelanggan
4. Tren pasar
5. Strategi pesaing

Informasi tersebut sangat penting bagi perusahaan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif (Hair et al., 2020). Penelitian pasar juga membantu perusahaan dalam mengidentifikasi segmen pasar yang paling potensial. Dengan memahami karakteristik setiap segmen pasar, perusahaan dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran mereka agar lebih relevan dengan kebutuhan konsumen (Saunders et al., 2022). Selain itu, penelitian juga memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi efektivitas kampanye pemasaran yang telah dilakukan. Dengan menganalisis data penjualan dan respons konsumen, perusahaan dapat mengetahui apakah strategi pemasaran mereka berhasil atau perlu diperbaiki (Melović et al., 2021).

G. Kesimpulan

Perkembangan bisnis modern yang cepat dan penuh ketidakpastian menuntut perusahaan untuk mengandalkan pengambilan keputusan yang berbasis bukti dan data, bukan hanya intuisi. Dalam konteks ini, penelitian bisnis berperan sebagai fondasi ilmiah untuk memahami perilaku konsumen, dinamika pasar, serta kondisi internal dan eksternal organisasi. Penelitian bisnis menyediakan informasi yang relevan untuk pengambilan keputusan strategis, mengurangi risiko, serta mengevaluasi efektivitas strategi

yang dijalankan. Selain itu, penelitian juga menjadi sumber inovasi yang memungkinkan perusahaan mengembangkan produk, layanan, dan proses baru yang mampu meningkatkan daya saing. Dengan memanfaatkan penelitian secara sistematis, perusahaan dapat merespons perubahan lingkungan bisnis dengan lebih tepat, memahami kebutuhan pasar secara mendalam, dan merumuskan strategi yang efektif. Oleh karena itu, kemampuan untuk memahami dan menerapkan penelitian bisnis menjadi elemen penting bagi keberhasilan dan pertumbuhan organisasi dalam jangka panjang.

BAB II

IDENTIFIKASI MASALAH DAN PERTANYAAN PENELITIAN

Yefrinal Andra, S.E., M.M
Universitas Alifah Padang

A. Hakikat Masalah Dalam Penelitian Bisnis

Masalah adalah titik awal bagi semua bentuk penelitian. Dalam konteks penelitian bisnis, masalah bukan sekadar keadaan yang tidak diinginkan, melainkan perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan situasi aktual dalam suatu organisasi. Perbedaan ini memicu kebutuhan akan penelitian ilmiah untuk mencari penjelasan, solusi, atau bahkan peluang strategis baru. Di dunia bisnis, masalah seringkali bermanifestasi sebagai penurunan kinerja, produktivitas rendah, perselisihan internal organisasi, kurangnya inovasi, atau ketidakmampuan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungannya. Namun, tidak setiap masalah praktis secara otomatis memenuhi syarat sebagai masalah penelitian. Suatu masalah dapat diklasifikasikan sebagai masalah penelitian jika memenuhi kriteria ilmiah: dapat diteliti secara sistematis, berbasis data, memiliki dasar teoritis, dan berkontribusi pada pengembangan pengetahuan dan praktik bisnis.

Secara konseptual, masalah penelitian bisnis dapat dipahami sebagai "kesenjangan penelitian," yaitu perbedaan antara teori yang ada dan realitas, antara hasil penelitian sebelumnya dan temuan di lapangan, atau antara strategi yang direncanakan dan hasil yang dicapai oleh organisasi. Dengan kata lain, suatu masalah penelitian

tidak selalu menunjukkan kegagalan, melainkan menunjukkan fenomena yang belum sepenuhnya dipahami. Perbedaan harus dibuat antara masalah praktis dan masalah ilmiah. Masalah praktis adalah tantangan yang dihadapi manajer dalam operasi sehari-hari mereka, seperti penurunan penjualan atau tingkat pergantian karyawan yang tinggi. Masalah ilmiah, di sisi lain, adalah perumusan sistematis dari masalah-masalah ini ke dalam bentuk yang dapat diuji menggunakan pendekatan metodologis. Misalnya, penurunan penjualan (masalah praktis) dapat dirumuskan menjadi masalah penelitian: "Apakah strategi pemasaran digital memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian konsumen?"

Dalam konteks manajemen dan kewirausahaan, masalah juga dapat dilihat sebagai sumber inovasi. Pemikiran Joseph Schumpeter (2022) menekankan bahwa dinamika bisnis selalu terjadi melalui proses inovasi yang muncul sebagai reaksi terhadap ketidaksempurnaan dalam sistem yang ada. Oleh karena itu, masalah dalam suatu organisasi tidak hanya dianggap sebagai hambatan tetapi juga pemicu perubahan dan inovasi. Karakteristik masalah penelitian yang baik dalam dunia bisnis meliputi: (1) relevansi dengan fenomena organisasi, (2) urgensi praktis, (3) dukungan dari data awal atau bukti empiris, (4) landasan teoritis yang kuat, dan (5) dapat diuji menggunakan metode ilmiah. Masalah yang terlalu luas akan mempersulit proses penelitian, sedangkan masalah yang terlalu sempit dapat kehilangan signifikansi ilmiahnya.

Pada akhirnya, esensi dari suatu masalah dalam penelitian bisnis adalah proses berpikir kritis yang mengenali, memahami, dan mengatasi kesenjangan yang signifikan. Kemampuan peneliti untuk

menggambarkan masalah secara akurat akan memengaruhi kualitas penelitian secara keseluruhan. Penelitian berkualitas selalu dimulai dengan masalah yang jelas dan terukur yang berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik bisnis yang berkelanjutan.

B. Sumber-sumber Masalah Penelitian Dalam Organisasi

Masalah penelitian dalam suatu organisasi tidak muncul tiba-tiba, melainkan berasal dari dinamika internal dan eksternal yang memengaruhi keberlangsungan dan kinerja bisnis. Setiap organisasi beroperasi dalam lingkungan yang kompleks, sehingga selalu ada kemungkinan munculnya masalah, baik yang terlihat langsung maupun yang tersembunyi di balik data dan kebijakan. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengidentifikasi sumber masalah merupakan langkah pertama yang penting dalam merancang penelitian yang relevan dan bermanfaat.

Salah satu penyebab utama masalah penelitian adalah kinerja organisasi. Jika terdapat ketidaksesuaian antara target yang ditetapkan dan hasil yang dicapai, ini menunjukkan adanya kesenjangan yang memerlukan pemeriksaan lebih lanjut. Penurunan laba, pertumbuhan bisnis yang stagnan, produktivitas karyawan yang rendah, atau penurunan kepuasan pelanggan adalah contoh situasi yang dapat menjadi titik awal untuk merumuskan masalah penelitian. Kesenjangan ini tidak hanya dipandang sebagai kegagalan operasional tetapi juga sebagai fenomena yang harus dijelaskan melalui pendekatan ilmiah.

Selain kinerja, masalah penelitian juga dapat muncul dari fungsi manajerial dalam suatu organisasi. Ketidakefektifan dalam mengelola sumber daya manusia, pemasaran, keuangan, atau operasional seringkali menciptakan masalah yang memerlukan investigasi terstruktur. Misalnya, tingkat pergantian karyawan yang tinggi dapat menimbulkan pertanyaan tentang kepuasan kerja, gaya kepemimpinan, atau budaya organisasi. Demikian pula, menurunnya loyalitas pelanggan dapat mendorong para peneliti untuk memeriksa kualitas layanan, strategi promosi, atau persepsi pelanggan tentang nilai. Dalam kasus ini, isu-isu manajerial berfungsi sebagai katalis untuk mengembangkan konstruk dan variabel penelitian yang terukur.

Sumber tantangan penelitian selanjutnya muncul dari transformasi dalam lingkungan bisnis. Suatu organisasi tidak pernah beroperasi secara terisolasi tetapi terus-menerus dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti kemajuan teknologi, perubahan regulasi, kondisi ekonomi, dan tingkat persaingan. Misalnya, digitalisasi telah memaksa banyak organisasi untuk mengubah strategi operasional dan struktur bisnis mereka. Ketidakmampuan untuk beradaptasi dengan perubahan ini dapat menciptakan kesenjangan kompetitif, yang menjadi fokus penelitian. Pandangan Joseph Schumpeter tentang inovasi dan dinamika pasar menunjukkan bahwa perubahan lingkungan sering memicu inovasi baru. Oleh karena itu, perubahan eksternal tidak hanya menghadirkan tantangan tetapi juga dapat menjadi sumber peluang penelitian.

Masalah penelitian juga dapat muncul dari kesenjangan antara teori dan praktik, yang dikenal sebagai kesenjangan penelitian. Dalam

pekerjaan ilmiah, hasil penelitian yang tidak konsisten atau teori yang belum diuji dalam konteks tertentu sering diamati. Ketika data empiris menunjukkan hasil yang berbeda dari yang diharapkan oleh teori, penelitian lebih lanjut diperlukan. Pendekatan ini selaras dengan perspektif metodologi penelitian, yang menekankan pentingnya mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur sebelum merumuskan masalah penelitian, seperti yang dijelaskan oleh John W. Creswell. Oleh karena itu, sumber masalah tidak hanya berasal dari praktik organisasi tetapi juga dari kemajuan ilmu pengetahuan itu sendiri.

Selain itu, kebijakan dan peraturan pemerintah juga merupakan sumber potensial masalah penelitian. Implementasi kebijakan baru seringkali memiliki dampak yang berbeda-beda pada setiap organisasi. Perubahan peraturan pajak, norma industri, atau kebijakan ketenagakerjaan dapat memengaruhi strategi dan kinerja perusahaan. Dampak dari kebijakan-kebijakan ini memberikan kesempatan untuk meneliti efektivitas implementasi, kesiapan organisasi, dan dampak ekonominya.

Terakhir, asal mula masalah penelitian dalam suatu organisasi juga dapat muncul dari refleksi mendalam atas pengalaman praktis. Pengalaman para pelaku bisnis dalam menghadapi ketidakpastian, kegagalan strategis, atau perubahan pasar sering kali mengungkapkan fenomena yang belum sepenuhnya dipahami dalam konteks ilmiah. Ketika pengalaman-pengalaman ini dianalisis secara sistematis dan dihubungkan dengan teori yang sesuai, pengalaman tersebut dapat menjadi masalah penelitian yang bernilai akademis.

Dengan demikian, sumber masalah penelitian dalam organisasi meliputi aspek kinerja internal, fungsi manajemen, perubahan lingkungan eksternal, ketidaksesuaian antara teori dan praktik, kebijakan, dan pengalaman yang diperoleh secara empiris. Pemahaman peneliti yang mendalam tentang dinamika ini akan sangat memengaruhi kualitas perumusan masalah yang dihasilkan. Dalam penelitian bisnis, kemampuan untuk mengidentifikasi sumber masalah bukanlah sekadar langkah teknis, tetapi juga proses intelektual yang membutuhkan analisis tajam dan pemahaman kontekstual tentang organisasi.

C. Teknik Identifikasi Masalah Dalam Organisasi

Identifikasi masalah merupakan tahap penting dalam riset bisnis, karena kualitas riset ditentukan oleh kemampuan peneliti untuk mengenali dan merumuskan masalah secara akurat. Dalam lingkungan organisasi, masalah seringkali tidak terlihat secara langsung, melainkan tersembunyi di balik data kinerja, interaksi di tempat kerja, atau perubahan di lingkungan eksternal. Oleh karena itu, diperlukan metode yang sistematis dan teratur untuk memastikan bahwa proses identifikasi masalah tidak didasarkan pada asumsi, tetapi pada bukti dan analisis logis.

Salah satu metode utama untuk mengidentifikasi masalah adalah melalui observasi langsung terhadap aktivitas organisasi. Dengan observasi yang direncanakan, peneliti dapat menangkap pola kerja, alur proses bisnis, hubungan karyawan, dan potensi hambatan operasional. Observasi memungkinkan peneliti untuk memahami situasi aktual dalam konteks organisasi, sehingga masalah yang

dihadapi benar-benar mencerminkan kondisi di lapangan, bukan hanya perspektif pribadi.

Selain observasi, wawancara eksploratif juga merupakan teknik penting untuk mengumpulkan informasi mendalam dari individu yang terlibat, seperti manajer, staf, dan pelanggan. Wawancara memberi peneliti kesempatan untuk memahami perspektif internal organisasi tentang kendala, tantangan, dan kebutuhan strategis. Melalui diskusi yang terfokus, para peneliti dapat mengungkap akar permasalahan yang mungkin tidak terlihat dalam data kuantitatif. Metode ini sangat penting, terutama ketika permasalahan yang dihadapi berkaitan dengan unsur perilaku, kepemimpinan, budaya organisasi, atau tingkat kepuasan kerja.

Teknik selanjutnya melibatkan analisis dokumen dan data dari organisasi. Informasi objektif untuk mendeteksi kesenjangan dapat ditemukan dalam laporan keuangan, laporan kinerja, data penjualan, tingkat absensi, dan dokumen kebijakan internal. Dengan membandingkan target dan pencapaian, mengamati tren pertumbuhan dari waktu ke waktu, atau melacak perubahan pada indikator tertentu, kita dapat mengidentifikasi isu-isu yang relevan untuk penelitian. Analisis informasi ini membantu peneliti mengidentifikasi isu-isu berdasarkan fakta empiris, sehingga memperkuat validitas perumusan masalah.

Diskusi kelompok fokus (FGD) juga berfungsi sebagai metode untuk mengidentifikasi masalah. Dalam interaksi kelompok yang melibatkan berbagai pihak dari organisasi, peneliti dapat menangkap pandangan kolektif tentang tantangan yang dihadapi. Pertukaran pandangan antar peserta sering menghasilkan perspektif baru yang

mungkin tidak terdeteksi secara individual. Metode ini sangat cocok untuk memahami masalah kompleks yang melibatkan berbagai kepentingan.

Selain metode pengumpulan data langsung, identifikasi masalah juga dapat dilakukan melalui tinjauan pustaka. Peneliti harus mempelajari hasil penelitian sebelumnya untuk mengidentifikasi kesenjangan teoritis, inkonsistensi hasil (kesenjangan empiris), dan peluang untuk pengembangan konseptual. Pendekatan ini konsisten dengan prinsip-prinsip metodologi penelitian, yang menekankan pentingnya landasan teoretis sebelum merumuskan suatu masalah, seperti yang diungkapkan oleh John W. Creswell. Dengan membandingkan hasil empiris di lapangan dengan teori yang ada, para peneliti dapat mengidentifikasi kesenjangan yang membutuhkan penjelasan ilmiah yang lebih mendalam.

Dalam dunia bisnis saat ini, metode analisis strategis seperti menilai kekuatan dan kelemahan organisasi juga dapat berperan dalam mengidentifikasi masalah. Ketika suatu organisasi berada di bawah tekanan persaingan atau mengalami perubahan pasar, evaluasi posisi strategis perusahaan dapat menyoroti area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Masalah yang diidentifikasi melalui analisis ini seringkali tidak hanya membutuhkan perbaikan tetapi juga dapat menciptakan peluang untuk inovasi dan transformasi dalam organisasi.

Pada akhirnya, mengidentifikasi masalah bukanlah sekadar langkah-langkah teknis; ini adalah proses analitis yang membutuhkan ketajaman, perhatian terhadap detail, dan pemahaman mendalam tentang konteks organisasi. Peneliti perlu mampu membedakan

antara tanda (gejala) dan akar penyebab masalah. Kesalahan dalam mengenali akar penyebab dapat menyebabkan penelitian yang tidak tepat. Oleh karena itu, kombinasi metode seperti observasi, wawancara, analisis data, kelompok fokus, dan tinjauan pustaka seringkali diperlukan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif tentang masalah tersebut. Dengan teknik identifikasi yang efektif, masalah dalam suatu organisasi tidak hanya dapat dipahami dengan lebih baik tetapi juga diubah menjadi pertanyaan penelitian yang tajam dan relevan yang berkontribusi secara ilmiah dan praktis bagi dunia bisnis.

D. Analisis Kesenjangan (GAP Analisis) Sebagai Dasar Perumusan Masalah

Berdasarkan studi bisnis, analisis analisis merupakan metode konseptualisasi yang sangat krusial untuk menjamin bahwa isu yang diangkat benar-benar memiliki pendukung ilmiah serta relevansi praktis. Proses analisis kekacauan dimulai dari perbandingan antara kondisi ideal yang diharapkan dengan situasi nyata yang ada dalam organisasi. Selisih antara keduanya menimbulkan pertanyaan yang menjadi dasar munculnya masalah penelitian.

Kondisi ideal sering kali berasal dari teori, standar industri, sasaran organisasi, atau praktik terbaik. Sementara itu, kondisi nyata diperoleh dari data empiris, pengamatan langsung, atau laporan kinerja organisasi. Ketika hasil nyata tidak sesuai dengan standar atau harapan yang telah ditetapkan, maka muncullah keselarasan yang perlu dijelaskan secara ilmiah. Kesenjangan ini kemudian dijadikan sebagai masalah penelitian.

Dalam bidang bisnis, analisis analisis dapat muncul dalam berbagai bentuk. Pertama, gap teoritis, yaitu ketika suatu teori belum sepenuhnya mampu menjelaskan fenomena tertentu atau belum diujicobakan dalam konteks yang berbeda. Misalnya, teori kepemimpinan yang efektif di korporasi besar mungkin tidak relevan dalam konteks usaha mikro dan kecil. Keadaan ini menciptakan peluang untuk penelitian lebih lanjut guna menguji atau memperbaiki teori tersebut. Kedua, gap empiris, yakni adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya atau inkonsistensi temuan. Dalam literatur bisnis, sering kali ditemukan penelitian yang menunjukkan adanya hubungan signifikan antara dua variabel, sedangkan penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. Inkonsistensi ini menjadi alasan penting untuk melakukan penelitian ulang dengan konteks, metode, atau variabel yang berbeda.

Ketiga, kekeliruan praktik adalah perbedaan antara taktik yang diusulkan oleh organisasi dan apa yang sebenarnya terjadi. Contohnya, sebuah perusahaan mungkin telah memperkenalkan sistem insentif yang didasarkan pada kinerja, namun masih melihat hasil produktivitas karyawan yang rendah. Situasi ini menandakan adanya faktor-faktor lain yang perlu diungkap dan dianalisis lebih lanjut melalui penelitian. Keempat, kesenjangan kebijakan adalah ketidaksesuaian antara tujuan dari kebijakan yang dibuat dengan dampak yang terbukti di lapangan. Dalam organisasi yang dipengaruhi oleh peraturan pemerintah, kebijakan baru seringkali menghasilkan konsekuensi yang tidak selalu sejalan dengan apa yang diharapkan pada awalnya. Penelitian mengenai kesenjangan ini dapat menghasilkan hasil yang signifikan secara strategis.

Secara metodologis, menganalisis memberikan kerangka berpikir yang terencana bagi peneliti: dimulai dengan penentuan kondisi ideal, ke pengukuran kondisi nyata, kemudian mengidentifikasi perbedaan di antara keduanya, dan terakhir menyusun masalah untuk diteliti. Metode ini selaras dengan konsep pengembangan masalah yang berlandaskan pada literatur dan data empiris, seperti yang ditegaskan dalam pendekatan yang dikemukakan oleh John W. Creswell. Lebih dari sekadar mengidentifikasi perbedaan, pengkajian keilmuan juga berperan dalam menjelaskan kontribusi penelitian.

Dengan menyoroti lokasi tertentu dari persamaan, peneliti dapat menguraikan pentingnya penelitian tersebut dan konsekuensi teoritis serta praktis yang mungkin timbul. Hal ini akan memperkuat argumen dalam konteks latar belakang penelitian dan meningkatkan mutu akademik karya ilmiah. Pada akhirnya, analisis analisis bukan sekadar alat teknis, tetapi juga merupakan kerangka berpikir kritis dalam studi bisnis. Melalui metode ini, masalah yang diorganisasikan dipahami tidak hanya sebagai gejala yang terlihat, tetapi dieksplorasi secara mendalam untuk menemukan penyebab dasarnya. Dengan pendekatan ini, pembahasan masalah menjadi lebih terarah, logis, dan didasarkan pada kerangka ilmiah yang solid.

E. Mengubah Masalah Menjadi Peluang Penelitian

Mengacu pada kajian bisnis saat ini, isu-isu tidak lagi dianggap hanya sebagai hambatan yang perlu diatasi, melainkan sebagai peluang strategi untuk menghasilkan inovasi dan memperluas pengetahuan baru. Sudut pandang ini mengharuskan para peneliti

mengubah pola pikir mereka, dari sekedar menemukan jawaban untuk masalah menuju kemampuan untuk mengenali potensi yang tersembunyi dalam dinamika organisasi. Dengan cara ini, penelitian tidak hanya bertindak sebagai alat untuk memperbaiki, tetapi juga sebagai sarana untuk melakukan transformasi.

Setiap masalah yang dihadapi organisasi sebenarnya menyimpan informasi kritis terkait ketidaksempurnaan sistem, proses, atau strategi yang sedang diterapkan. Ketidaksempurnaan ini dapat menjadi landasan bagi munculnya ide-ide inovatif. Dalam ranah ekonomi dan kewirausahaan, pemikiran Joseph Schumpeter menunjukkan bahwa inovasi seringkali muncul sebagai tanggapan terhadap ketidakefisienan atau ketidakstabilan dalam sistem ekonomi. Proses yang dikenal dengan sebutan *creative destruction* menggambarkan bagaimana perubahan dan inovasi muncul dari situasi sebelumnya dianggap sebagai masalah. Sudut pandang ini penting dalam penelitian bisnis, karena setiap fenomena negatif yang berpotensi menciptakan peluang untuk perbaikan dan inovasi.

Mengubah kendala menjadi kesempatan untuk penelitian dimulai dengan proses penentuan masalah, yaitu cara peneliti merumuskan isu dengan cara yang konstruktif. Misalnya, penurunan angka penjualan tidak hanya dipandang sebagai kegagalan dalam strategi pemasaran, tetapi juga sebagai tanda perubahan dalam perilaku konsumen yang perlu dianalisis lebih dalam. Tingginya tingkat perpindahan kerja karyawan tidak hanya dianggap sebagai masalah dalam manajemen sumber daya manusia, melainkan juga sebagai kesempatan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang

mendorong motivasi, kepemimpinan, atau budaya kerja yang lebih fleksibel.

Dengan pendekatan semacam ini, masalah dapat dijadikan pintu untuk penelitian ilmiah yang lebih mendalam. Dalam konteks penelitian bisnis, pendekatan yang fokus pada peluang mendorong peneliti untuk menggali hubungan antara tantangan yang dihadapi organisasi dengan kemungkinan inovasi. Perubahan dalam teknologi, gangguan di pasar, atau tekanan dari kompetisi bisa menjadi sumber ide penelitian yang tidak hanya menjelaskan penyebab suatu masalah, tetapi juga mengembangkan model atau strategi baru yang lebih efektif. Penelitian yang fokus pada peluang biasanya menghasilkan kontribusi yang lebih praktis dan relevan untuk pengembangan organisasi.

Selain itu, mengubah tantangan menjadi kesempatan juga terkait dengan keterampilan peneliti dalam mengenali nilai penciptaan. Penelitian yang berkualitas tidak hanya berhenti pada analisis hubungan sebab dan akibat, tetapi juga mampu memberikan rekomendasi strategi yang berkontribusi pada peningkatan kinerja atau daya saing suatu organisasi. Oleh karena itu, peneliti perlu menghubungkan isu-isu yang ditemukan dengan kemungkinan pengembangan model bisnis, inovasi pada proses, peningkatan kualitas layanan, atau strategi manajemen yang lebih efisien.

Proses ini memerlukan sikap reflektif dan inovatif. Peneliti harus mampu memahami tidak hanya “mengapa isu ini timbul?”, tetapi juga “kesempatan apa yang bisa diambil dari keadaan ini?”. Pergeseran fokus pertanyaan tersebut akan berpengaruh pada arah penelitian, mulai dari penetapan variabel hingga interpretasi hasil.

Dengan demikian, penelitian bisnis menjadi lebih aktif dan berorientasi pada masa depan.

Pada akhirnya, kemampuan untuk mengubah isu menjadi peluang penelitian adalah keterampilan intelektual yang penting bagi peneliti dalam bidang bisnis dan kewirausahaan. Permasalahan tidak lagi dipandang sebagai akhir dari kegagalan organisasi, tetapi sebagai awal dari pembelajaran dan inovasi. Dengan pendekatan ini, penelitian tidak hanya memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada, tetapi juga berkontribusi pada penciptaan strategi serta model bisnis yang lebih adaptif, berkelanjutan, dan kompetitif.

F. Teknik Perumusan Masalah, Pertanyaan Penelitian, serta Hubungannya dengan Tujuan dan Hipotesis Penelitian

Setelah masalah penelitian berhasil diidentifikasi melalui analisis kesenjangan antara kondisi ideal dan kondisi aktual, tahap selanjutnya adalah merumuskan masalah penelitian secara sistematis. Perumusan masalah merupakan proses mengubah fenomena umum menjadi pernyataan atau pertanyaan ilmiah yang spesifik, terarah, dan dapat diteliti. Rumusan masalah harus jelas, fokus, serta mencerminkan fenomena atau hubungan antarvariabel yang akan dianalisis. Agar penelitian tetap terarah, peneliti perlu mempersempit ruang lingkup masalah dengan mempertimbangkan konteks organisasi, periode waktu, variabel yang relevan, serta ketersediaan data. Selain itu, rumusan masalah harus didasarkan pada landasan teori dan kajian literatur agar memiliki dasar konseptual yang kuat dan bukan sekadar asumsi pribadi.

Rumusan masalah dalam penelitian bisnis dapat berbentuk deskriptif, komparatif, maupun asosiatif. Rumusan deskriptif bertujuan menggambarkan suatu fenomena, rumusan komparatif membandingkan dua atau lebih kondisi atau kelompok, sedangkan rumusan asosiatif bertujuan menguji hubungan atau pengaruh antarvariabel. Rumusan masalah yang baik harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu jelas dan tidak ambigu, dapat diteliti secara empiris, memiliki signifikansi teoretis dan praktis, serta realistis sesuai dengan keterbatasan waktu, biaya, dan kemampuan peneliti. Ketepatan dalam merumuskan masalah akan sangat menentukan arah penelitian, termasuk dalam penyusunan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, serta hipotesis.

Setelah rumusan masalah ditetapkan, langkah berikutnya adalah menyusun pertanyaan penelitian (research questions). Pertanyaan penelitian merupakan bentuk operasional dari rumusan masalah yang berfungsi sebagai panduan dalam keseluruhan proses penelitian, mulai dari penentuan variabel, pemilihan metode, hingga analisis data. Dalam penelitian kuantitatif, pertanyaan penelitian biasanya berkaitan dengan hubungan atau pengaruh antarvariabel dan dapat diturunkan menjadi hipotesis yang dapat diuji secara statistik. Sementara itu, dalam penelitian kualitatif, pertanyaan penelitian bersifat lebih eksploratif untuk memahami makna, proses, atau dinamika suatu fenomena. Pertanyaan penelitian harus dirancang secara fokus, relevan dengan masalah yang diteliti, serta didukung oleh kajian literatur agar memiliki dasar ilmiah yang kuat.

Merujuk pada desain penelitian yang sistematis, identifikasi masalah, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian,

dan hipotesis merupakan rangkaian yang saling berkaitan. Identifikasi masalah menjadi dasar dalam merumuskan pertanyaan penelitian, yang kemudian diterjemahkan ke dalam tujuan penelitian. Tujuan penelitian menyatakan secara jelas apa yang ingin dicapai atau dianalisis melalui penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, tujuan penelitian selanjutnya dapat dirumuskan dalam bentuk hipotesis sebagai dugaan sementara yang disusun berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu, kemudian diuji melalui analisis data.

Keterkaitan yang konsisten antara identifikasi masalah, pertanyaan penelitian, tujuan, dan hipotesis sangat penting agar penelitian memiliki arah yang jelas dan struktur argumentasi yang kuat. Keselarasan antar komponen tersebut akan membantu peneliti merancang metode penelitian yang tepat serta menghasilkan temuan yang valid dan bermanfaat. Dengan demikian, proses perumusan masalah hingga penyusunan pertanyaan, tujuan, dan hipotesis merupakan fondasi penting dalam penelitian bisnis yang sistematis, terarah, dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

G. Kesimpulan

Identifikasi masalah merupakan tahap mendasar dalam penelitian bisnis karena menentukan arah, fokus, serta kualitas keseluruhan proses penelitian. Melalui pemahaman terhadap hakikat masalah, peneliti dapat menyadari bahwa masalah penelitian bukan sekedar persoalan praktis yang muncul dalam organisasi, namun merupakan gambaran antara kondisi ideal yang diharapkan dengan kondisi aktual yang terjadi. Kesenjangan inilah yang menjadi titik awal lahirnya penelitian ilmiah yang bertujuan menjelaskan

fenomena, menemukan solusi, atau mengembangkan konsep baru dalam praktik bisnis.

Sumber-sumber masalah penelitian dalam organisasi dapat berasal dari berbagai faktor, seperti perubahan operasional perusahaan, perubahan lingkungan bisnis, perkembangan teknologi, kebijakan organisasi, maupun temuan penelitian terdahulu. Kemampuan peneliti dalam mengenali sumber masalah tersebut sangat penting agar fenomena yang diamati dapat dikembangkan menjadi topik penelitian yang relevan dan memiliki nilai ilmiah. Dalam proses ini, peneliti perlu melakukan analisis secara kritis dan sistematis agar masalah yang diangkat benar-benar mencerminkan kondisi nyata yang terjadi di lapangan.

Salah satu pendekatan penting dalam mengidentifikasi masalah penelitian adalah analisis kesenjangan (gap analysis), yaitu membandingkan kondisi ideal dengan kondisi aktual dalam organisasi. Analisis ini membantu peneliti menemukan perbedaan yang signifikan sehingga dapat dirumuskan sebagai masalah penelitian yang jelas dan terarah. Melalui analisis deskriptif, peneliti juga dapat menentukan kontribusi penelitian, baik dalam aspek teoritis maupun praktis.

Lebih lanjut, dalam perspektif penelitian bisnis dan kewirausahaan, permasalahan tidak hanya dipandang sebagai hambatan, namun juga sebagai peluang untuk menciptakan inovasi dan strategi pengembangan baru. Dengan pendekatan ini, peneliti dapat mengubah persoalan organisasi menjadi peluang penelitian yang menghasilkan pengetahuan baru serta memberikan solusi yang lebih efektif bagi praktik bisnis.

Setelah masalah teridentifikasi, tahap selanjutnya adalah merumuskan masalah penelitian secara sistematis dan menyusunnya dalam bentuk pertanyaan penelitian yang spesifik dan dapat diteliti secara empiris. Pertanyaan penelitian kemudian menjadi dasar dalam penyusunan tujuan penelitian serta hipotesis, sehingga terbentuk hubungan logistik antara setiap komponen dalam desain penelitian. Konsistensi antara mengungkap masalah, merumuskan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan, dan hipotesis merupakan indikator penting dari kualitas metodologi suatu penelitian.

Melalui contoh studi kasus dan penggunaan checklist evaluatif, peneliti juga dapat memahami secara praktis bagaimana proses transformasi dari fenomena organisasi menuju judul penelitian yang jelas dan terarah. Pendekatan ini membantu memastikan bahwa penelitian yang dilakukan tidak hanya relevan secara akademis, tetapi juga memiliki kontribusi nyata bagi pengembangan organisasi dan dunia bisnis.

Secara keseluruhan, kemampuan mengidentifikasi dan mengidentifikasi masalah penelitian secara tepat merupakan kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh setiap peneliti bisnis. Dengan proses identifikasi yang sistematis, berdasarkan teori, serta didukung oleh bukti-bukti empiris, penelitian yang dihasilkan akan memiliki arah yang jelas, kontribusi yang bermakna, dan relevansi yang tinggi bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun praktik bisnis.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

Lina Tio, M.B.A., Ph.D.

UNIVERSITAS SUMATERA BARAT

A. Pendahuluan

Dalam metodologi penelitian bisnis, tujuan dan manfaat penelitian merupakan elemen kunci yang menentukan arah, fokus, serta relevansi suatu riset. Tujuan penelitian berfungsi sebagai penunjuk arah bagi peneliti dalam menjalankan seluruh proses penelitian, sementara manfaat penelitian menjelaskan nilai dan kontribusi dari hasil penelitian tersebut. Tanpa tujuan yang jelas, penelitian berpotensi kehilangan fokus, dan tanpa manfaat yang terdefinisi dengan baik, hasil penelitian sulit memberikan dampak nyata bagi dunia usaha maupun pengembangan ilmu pengetahuan.

Dalam konteks bisnis yang terus berubah akibat globalisasi, digitalisasi, dan disrupsi teknologi, penelitian tidak lagi sekadar bertujuan menghasilkan pengetahuan akademik, tetapi juga diharapkan mampu membantu organisasi memahami permasalahan, mengidentifikasi peluang, serta mendukung pengambilan keputusan strategis. Oleh karena itu, perumusan tujuan dan manfaat penelitian bisnis harus mampu menjembatani kepentingan akademik dan kebutuhan praktis perusahaan.

B. Konsep Tujuan Penelitian dalam Riset Bisnis

Tujuan penelitian adalah pernyataan mengenai apa yang ingin dicapai melalui suatu kegiatan penelitian. Dalam penelitian bisnis, tujuan penelitian umumnya bersifat aplikatif, meskipun tetap berlandaskan pada teori dan konsep ilmiah yang kuat. Sekaran, Umar; Bougie, (2013) menyatakan bahwa tujuan penelitian yang baik harus menjelaskan secara jelas sasaran penelitian dan kontribusi yang ingin dicapai, baik secara teoretis maupun praktis.

Tujuan penelitian dalam riset bisnis dapat diklasifikasikan ke dalam tujuan deskriptif, eksplanatif, dan eksploratif. Tujuan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat fenomena bisnis tertentu, seperti perilaku konsumen, kinerja organisasi, atau praktik manajerial yang terjadi dalam suatu konteks tertentu (N.K.Saunders et al., 2019; Sekaran, 2003). Tujuan eksplanatif berfokus pada penjelasan hubungan sebab-akibat antarvariabel bisnis, misalnya pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja penjualan atau dampak kepemimpinan terhadap kinerja karyawan (Blumberg et al., 2014). Sementara itu, tujuan eksploratif diarahkan untuk menggali fenomena bisnis yang masih relatif baru atau belum banyak diteliti, terutama dalam situasi yang ditandai oleh perubahan cepat dan ketidakpastian, seperti transformasi digital, inovasi bisnis, dan disrupsi teknologi (N.K.Saunders et al., 2019)

C. Prinsip Penyusunan Tujuan Penelitian

Penyusunan tujuan penelitian merupakan tahapan penting dalam proses penelitian bisnis karena tujuan berfungsi sebagai arah dan batasan bagi seluruh kegiatan penelitian. Secara teoretis, prinsip

penyusunan tujuan penelitian berakar pada logic of scientific inquiry yang menekankan bahwa penelitian ilmiah harus disusun secara logis, sistematis, dan konsisten dengan permasalahan yang diteliti (Başol, 2008). Oleh karena itu, tujuan penelitian harus dirumuskan selaras dengan rumusan masalah agar penelitian tidak kehilangan fokus dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Selain keselarasan dengan masalah penelitian, tujuan penelitian juga harus dirumuskan secara jelas dan spesifik. Prinsip ini sejalan dengan goal-setting theory yang dikemukakan oleh Locke dan Latham (2002), yang menyatakan bahwa tujuan yang jelas dan spesifik akan menghasilkan kinerja yang lebih baik dibandingkan tujuan yang bersifat umum atau ambigu. Dalam konteks penelitian bisnis, tujuan yang jelas membantu peneliti menentukan variabel yang akan diteliti, metode yang digunakan, serta bentuk analisis yang sesuai.

Prinsip berikutnya adalah keterukuran dan kelayakan tujuan penelitian. Tujuan yang baik harus dapat dicapai melalui prosedur penelitian yang realistis, baik dari segi ketersediaan data, waktu, maupun sumber daya peneliti. Sekaran & Bougie, (2020) menegaskan bahwa tujuan penelitian bisnis seharusnya dirumuskan secara operasional agar dapat diuji secara empiris dan menghasilkan temuan yang bermakna bagi pengembangan teori maupun praktik bisnis.

Dengan demikian, prinsip penyusunan tujuan penelitian bisnis mencakup keselarasan dengan masalah penelitian, kejelasan dan spesifikasi tujuan, serta kelayakan dan keterukuran sasaran penelitian. Prinsip-prinsip ini menjadi fondasi penting agar penelitian

bisnis tidak hanya valid secara akademik, tetapi juga relevan dan aplikatif.

D. Teknik Penyusunan Tujuan Penelitian (1)

Setelah memahami prinsip dasar penyusunan tujuan penelitian, langkah selanjutnya adalah menerapkan teknik yang tepat dalam merumuskan tujuan penelitian bisnis. Salah satu teknik yang umum digunakan adalah pembedaan antara tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum menggambarkan sasaran utama penelitian secara keseluruhan, sedangkan tujuan khusus menjabarkan langkah-langkah analitis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan umum tersebut. Pendekatan ini sejalan dengan teori desain penelitian yang menempatkan tujuan penelitian sebagai penghubung antara masalah penelitian dan metode yang digunakan (Creswell, 2018)

Dalam praktik penelitian bisnis, tujuan umum biasanya dirumuskan dalam satu pernyataan yang mencerminkan fokus utama penelitian, sementara tujuan khusus dirumuskan dalam beberapa poin yang lebih operasional. Tujuan khusus ini membantu peneliti menyusun kerangka analisis secara sistematis dan memastikan bahwa setiap tahapan penelitian memiliki arah yang jelas. Sekaran dan Bougie (2020) menyatakan bahwa perumusan tujuan khusus yang baik akan mempermudah peneliti dalam menentukan variabel penelitian, teknik pengumpulan data, serta metode analisis yang sesuai.

Selain itu, teknik penyusunan tujuan penelitian juga dapat menggunakan pendekatan SMART objectives, yaitu tujuan yang bersifat Specific, Measurable, Achievable, Relevant, dan Time-bound

(Doran, 1981). Meskipun awalnya dikembangkan dalam konteks manajemen dan perencanaan strategis, pendekatan SMART sangat relevan diterapkan dalam penelitian bisnis, terutama penelitian terapan, karena membantu peneliti merumuskan tujuan yang realistis dan mudah diimplementasikan.

Penerapan teknik SMART dalam penelitian bisnis mendorong peneliti untuk merumuskan tujuan yang tidak hanya jelas dan terukur, tetapi juga relevan dengan kebutuhan organisasi dan konteks bisnis yang diteliti. Dengan demikian, teknik penyusunan tujuan penelitian yang tepat akan meningkatkan kualitas desain penelitian dan memperbesar peluang penelitian untuk memberikan kontribusi nyata bagi dunia usaha dan pengembangan ilmu pengetahuan.

E. Teknik Penyusunan Tujuan Penelitian (2)

Dalam karya ilmiah, tujuan penelitian umumnya dibedakan menjadi tujuan umum dan tujuan khusus. Tujuan umum menggambarkan sasaran utama penelitian secara menyeluruh, sedangkan tujuan khusus merinci langkah-langkah analitis yang akan dilakukan untuk mencapai tujuan umum tersebut.

Sebagai contoh, dalam penelitian bisnis mengenai UMKM, tujuan umum dapat dirumuskan sebagai “menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi kinerja UMKM.” Tujuan ini kemudian diturunkan ke dalam tujuan khusus, seperti menganalisis pengaruh kompetensi sumber daya manusia, peran pemanfaatan teknologi, serta strategi pemasaran terhadap kinerja UMKM. Pendekatan ini membantu peneliti menjaga alur penelitian tetap sistematis dan terarah.

Selain itu, pendekatan SMART objectives (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, dan Time-bound) juga dapat digunakan dalam merumuskan tujuan penelitian bisnis agar lebih realistis dan berdampak.

F. Manfaat Penelitian dalam Perspektif Bisnis dan Akademik

Manfaat penelitian menjelaskan kontribusi yang diharapkan dari hasil penelitian bagi berbagai pihak. Dalam penelitian bisnis, manfaat penelitian umumnya dibedakan menjadi manfaat teoretis dan manfaat praktis. Manfaat teoretis berkaitan dengan kontribusi penelitian terhadap pengembangan teori, konsep, atau model dalam bidang bisnis dan manajemen.

Sementara itu, manfaat praktis berfokus pada kegunaan hasil penelitian bagi perusahaan, manajer, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya. Saunders et al. (2019) menekankan bahwa penelitian bisnis yang baik harus mampu memberikan nilai tambah nyata bagi praktik manajerial dan pengambilan keputusan berbasis data.

G. Teknik Penyusunan Manfaat Penelitian

Penyusunan manfaat penelitian sebaiknya dilakukan secara sistematis dan realistis. Manfaat penelitian dapat dirinci berdasarkan kelompok penerima manfaat, seperti pelaku usaha, pembuat kebijakan, akademisi, dan masyarakat luas. Pendekatan ini membantu memperjelas dampak penelitian secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam karya ilmiah, peneliti perlu menghindari perumusan manfaat yang terlalu luas dan sulit dibuktikan. Sebaliknya, manfaat penelitian sebaiknya disusun berdasarkan potensi kontribusi yang benar-benar dapat dihasilkan dari temuan penelitian.

H. Hubungan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dan manfaat penelitian merupakan dua elemen yang saling berkaitan. Tujuan penelitian menunjukkan apa yang ingin dicapai, sedangkan manfaat penelitian menjelaskan nilai dari pencapaian tersebut. Tujuan yang dirumuskan dengan baik akan memudahkan peneliti dalam menjelaskan manfaat penelitian secara logis dan meyakinkan.

Dalam penelitian bisnis, keterkaitan ini menjadi sangat penting karena penelitian tidak hanya dituntut valid secara ilmiah, tetapi juga relevan secara praktis. Penelitian yang mampu mengintegrasikan tujuan akademik dan manfaat praktis akan memiliki kontribusi yang lebih besar bagi perusahaan dan ilmu pengetahuan.

I. Tujuan dan Manfaat Penelitian dalam Berbagai Jenis Karya Ilmiah

Meskipun prinsip dasar perumusan tujuan dan manfaat penelitian relatif sama, terdapat perbedaan penekanan dalam berbagai jenis karya ilmiah. Pada skripsi dan tesis, tujuan dan manfaat penelitian cenderung menekankan pada pembuktian kemampuan akademik mahasiswa. Pada disertasi, tujuan penelitian lebih kompleks dan menuntut kontribusi orisinal terhadap pengembangan ilmu pengetahuan.

Sementara itu, dalam penelitian bisnis terapan dan artikel ilmiah, tujuan dan manfaat penelitian lebih diarahkan pada pemecahan masalah nyata dan penyusunan rekomendasi strategis. Pemahaman terhadap konteks ini penting agar peneliti dapat menyesuaikan kedalaman dan fokus perumusan tujuan serta manfaat penelitian.

J. Contoh Konkret Tujuan dan Manfaat Penelitian serta Cara Penulisannya

Tujuan dan manfaat penelitian merupakan bagian penting dalam proposal maupun laporan penelitian bisnis karena berfungsi sebagai penunjuk arah sekaligus penegas kontribusi penelitian. Perumusan yang jelas dan tepat akan membantu pembaca memahami fokus penelitian serta nilai tambah yang dihasilkan, baik secara akademik maupun praktis.

1. Contoh Tujuan Penelitian dan Cara Penulisannya

Secara umum, tujuan penelitian bisnis dapat diklasifikasikan menjadi tujuan deskriptif, eksplanatif, dan eksploratif. Penulisan tujuan penelitian sebaiknya menggunakan kata kerja operasional, disusun secara sistematis, dan konsisten dengan rumusan masalah serta metode penelitian yang digunakan (Sekaran & Bougie, 2020).

- a. Tujuan Deskriptif. Tujuan deskriptif bertujuan untuk menggambarkan atau memetakan fenomena bisnis tertentu tanpa menguji hubungan sebab-akibat.

Contoh penulisan: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tingkat adopsi digital marketing pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang serta karakteristik pelaku usaha yang menggunakannya.

- b. Tujuan Eksplanatif. Tujuan eksplanatif diarahkan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel dalam konteks bisnis dan manajemen.

Contoh penulisan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kompetensi sumber daya manusia dan pemanfaatan teknologi digital terhadap kinerja UMKM.

- c. Tujuan Eksploratif. Tujuan eksploratif digunakan ketika topik penelitian masih relatif baru atau belum banyak dikaji, terutama dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian.

Contoh penulisan: Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi adaptasi UMKM terhadap disrupsi digital pascapandemi COVID-19.

2. Contoh Manfaat Penelitian dan Cara Penulisannya

Manfaat penelitian menjelaskan kontribusi yang diharapkan dari hasil penelitian. Penulisannya umumnya dibedakan menjadi manfaat teoretis dan manfaat praktis, serta disesuaikan dengan konteks penelitian bisnis.

- a. Manfaat Teoretis. Manfaat teoretis menunjukkan kontribusi penelitian terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, konsep, atau teori bisnis.

Contoh penulisan: Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian manajemen bisnis,

khususnya terkait peran kompetensi SDM dan teknologi digital dalam meningkatkan kinerja UMKM.

- b. Manfaat Praktis. Manfaat praktis menekankan kegunaan hasil penelitian bagi pelaku usaha, manajer, organisasi, maupun pembuat kebijakan.

Contoh penulisan: Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam merancang strategi pengembangan usaha berbasis teknologi digital serta bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan UMKM.

K. Hal-Hal yang Harus Dihindari dalam Merumuskan Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dalam praktik penelitian bisnis, perumusan tujuan dan manfaat penelitian sering kali menjadi bagian yang dianggap sederhana, sehingga tidak sedikit peneliti yang melakukan kesalahan konseptual maupun teknis. Oleh karena itu, peneliti perlu memahami beberapa hal yang sebaiknya dihindari dalam penyusunan tujuan dan manfaat penelitian.

Hal-hal yang perlu dihindari dalam merumuskan tujuan penelitian:

1. Merumuskan tujuan yang terlalu umum, kabur, atau normatif, sehingga sulit diukur dan dianalisis secara ilmiah.
2. Menggunakan kata kerja yang tidak operasional, seperti memahami, mengapresiasi, atau menyadari, tanpa indikator yang jelas.

3. Tujuan penelitian tidak selaras dengan rumusan masalah, kerangka teori, dan metode penelitian yang digunakan.
4. Menuliskan tujuan yang terlalu banyak dan tumpang tindih, sehingga fokus penelitian menjadi tidak jelas.
5. Mencampuradukkan tujuan penelitian dengan manfaat penelitian dalam satu pernyataan.

Hal-hal yang perlu dihindari dalam merumuskan manfaat penelitian:

1. Menuliskan manfaat yang terlalu luas dan tidak realistis, seperti menyatakan bahwa penelitian bermanfaat bagi semua pihak tanpa penjelasan yang spesifik.
2. Manfaat penelitian tidak dikaitkan dengan konteks bisnis atau objek penelitian yang diteliti.
3. Mengklaim manfaat praktis yang tidak sejalan dengan hasil atau ruang lingkup penelitian.
4. Mengabaikan manfaat teoretis, sehingga penelitian terlihat hanya bersifat praktis tanpa kontribusi keilmuan.
5. Menggunakan bahasa yang berulang, ambigu, atau terlalu normatif.

Kesalahan umum dalam cara penulisan tujuan dan manfaat penelitian:

1. Menggunakan kalimat yang terlalu panjang dan berbelit-belit, sehingga sulit dipahami oleh pembaca.
2. Tidak membedakan secara tegas antara tujuan umum dan tujuan khusus penelitian.
3. Tidak menyesuaikan penulisan tujuan dan manfaat dengan jenis karya ilmiah, seperti skripsi, tesis, disertasi, atau penelitian terapan.

Dengan menghindari kesalahan-kesalahan tersebut, peneliti dapat merumuskan tujuan dan manfaat penelitian secara lebih sistematis, fokus, dan bermakna, sehingga penelitian bisnis yang dihasilkan memiliki kualitas akademik yang baik sekaligus relevan bagi praktik bisnis.

L. Kesimpulan

Bab ini menegaskan bahwa tujuan dan manfaat penelitian merupakan pijakan utama dalam penelitian bisnis yang berkualitas. Tujuan penelitian yang dirumuskan secara jelas—baik deskriptif, eksplanatif, maupun eksploratif—membantu peneliti menentukan arah penelitian, memilih metode yang tepat, serta menjaga keselarasan antara masalah, teori, dan analisis.

Selain itu, manfaat penelitian menunjukkan nilai nyata dari sebuah riset, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan maupun bagi praktik bisnis. Manfaat teoretis memperkaya kajian akademik, sementara manfaat praktis mendukung pengambilan keputusan di dunia usaha. Dengan perumusan yang sistematis dan relevan, penelitian bisnis tidak hanya memenuhi standar akademik, tetapi juga memberikan dampak nyata di tengah dinamika bisnis yang terus berubah.

BAB IV

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

Donna Ikranova Febrina, S.Sos., M.Si.

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi LPPN

A. Pendahuluan

Kajian pustaka dan kerangka teoritis merupakan komponen fundamental dalam metodologi penelitian Bisnis karena berfungsi sebagai fondasi konseptual, empiris, dan metodologis dalam menjelaskan fenomena bisnis yang diteliti. Dalam paradigma penelitian kontemporer, kajian pustaka tidak lagi dipahami sebagai rangkuman deskriptif teori semata, melainkan sebagai proses analisis kritis dan sintesis ilmiah yang bertujuan membangun argumen berbasis bukti (*evidence-based argumentation*).

Bab ini disusun untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai peran kajian pustaka dalam membangun kerangka berpikir penelitian, mengidentifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*), serta merumuskan kerangka teoritis yang dapat diuji secara empiris. Dengan demikian, kajian pustaka dan kerangka teoritis tidak hanya berkontribusi pada validitas akademik penelitian, tetapi juga relevan secara praktis dalam pengembangan solusi bisnis yang aplikatif.

B. Konsep dan Tujuan Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan proses ilmiah yang sistematis untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis teori, konsep, serta

temuan empiris yang relevan dengan topik penelitian. Dalam rumpun Bisnis, kajian pustaka berperan penting dalam menjelaskan dinamika perilaku organisasi, strategi bisnis, pemasaran, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, dan kinerja organisasi. Dalam konteks Bisnis, kajian pustaka berfungsi untuk menelaah perkembangan konsep, model, serta temuan empiris yang berkaitan dengan perilaku organisasi, pemasaran, manajemen sumber daya manusia, strategi bisnis, kewirausahaan, dan kinerja organisasi. Peneliti dituntut untuk mampu mengintegrasikan berbagai hasil penelitian terdahulu guna memperoleh pemahaman komprehensif terhadap fenomena bisnis yang diteliti.

Kajian pustaka merupakan proses ilmiah yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mensintesis teori serta temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian. Dalam rumpun Bisnis, kajian pustaka tidak hanya berperan sebagai ringkasan teori, tetapi sebagai sarana analisis kritis terhadap perkembangan konsep, model, dan hasil riset empiris yang berkaitan dengan praktik manajerial dan kinerja organisasi. Tujuan utama kajian pustaka meliputi: (1) membangun landasan teoritis yang kuat; (2) memetakan perkembangan keilmuan dan posisi penelitian dalam diskursus akademik; (3) mengidentifikasi kesenjangan penelitian berdasarkan inkonsistensi atau keterbatasan studi terdahulu; serta (4) merumuskan variabel, indikator, dan hubungan antarvariabel yang relevan untuk diuji secara empiris.

Pendekatan riset empiris menekankan pentingnya penggunaan referensi yang berasal dari jurnal ilmiah bereputasi, baik nasional maupun internasional. Referensi tersebut memberikan dasar yang

kuat dalam menjelaskan hubungan antarvariabel, menentukan indikator penelitian, serta merumuskan hipotesis yang dapat diuji secara ilmiah. Sintesis literatur merupakan tahapan penting dalam kajian pustaka. Melalui sintesis, peneliti tidak hanya membandingkan hasil penelitian sebelumnya, tetapi juga mengidentifikasi pola hubungan yang konsisten maupun perbedaan temuan yang disebabkan oleh konteks penelitian, karakteristik responden, atau pendekatan metodologis yang digunakan.

Kerangka teoritis dikembangkan berdasarkan hasil kajian pustaka yang telah disintesis. Kerangka ini berfungsi sebagai peta konseptual yang menggambarkan hubungan sebab-akibat antarvariabel penelitian. Dalam penelitian Bisnis, kerangka teoritis sering digunakan untuk menjelaskan bagaimana praktik manajerial memengaruhi kinerja organisasi atau perilaku pemangku kepentingan. Sebagai contoh, berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berperan sebagai mediator dalam membentuk loyalitas pelanggan. Hubungan ini didukung oleh teori pemasaran jasa serta temuan empiris lintas industri dan sektor bisnis.

Kerangka teoritis yang baik harus disusun secara logis, konsisten, dan dapat diuji secara empiris. Oleh karena itu, setiap hubungan antarvariabel dalam kerangka teoritis perlu didukung oleh teori dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Dalam penelitian terapan Bisnis, kajian pustaka dan kerangka teoritis juga berperan sebagai dasar dalam merumuskan solusi bisnis yang berbasis bukti. Solusi yang dihasilkan tidak hanya relevan secara akademik, tetapi

juga aplikatif dan dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial. Penelitian-penelitian terkini dalam Bisnis menekankan pentingnya kajian pustaka berbasis jurnal bereputasi sebagai sarana untuk memastikan bahwa model konseptual yang dikembangkan selaras dengan perkembangan teori dan praktik bisnis mutakhir (Hair et al., 2022; Saunders et al., 2019).

C. Jenis dan Kriteria Referensi Penelitian Bisnis

Referensi dalam penelitian Bisnis dapat diklasifikasikan menjadi sumber primer dan sekunder. Sumber primer meliputi artikel jurnal ilmiah nasional terakreditasi dan jurnal internasional bereputasi (*Scopus* atau *Web of Science*) yang memuat hasil penelitian empiris. Sumber sekunder meliputi buku referensi, buku ajar, dan laporan kebijakan, dan publikasi institusi yang relevan dengan topik penelitian.

Dalam pemilihan referensi, peneliti perlu memperhatikan beberapa kriteria utama dalam pemilihan referensi meliputi: relevansi substantif dengan topik penelitian, kredibilitas penulis dan penerbit, kebaruan publikasi (umumnya 5–10 tahun terakhir), serta kejelasan metodologi penelitian. Penggunaan referensi yang berkualitas akan meningkatkan validitas konseptual dan empiris kekuatan argumentasi ilmiah penelitian Bisnis.

D. Teknik Sintesis Literatur dan Pengayaan Empiris

Sintesis literatur merupakan tahapan penting dalam kajian pustaka yang bertujuan untuk mengintegrasikan berbagai temuan penelitian terdahulu. Sintesis dilakukan dengan membandingkan hasil

penelitian, mengidentifikasi pola hubungan antarvariabel, serta menganalisis perbedaan temuan berdasarkan konteks penelitian, karakteristik responden, atau metode yang digunakan.

Sebagai contoh, berbagai studi empiris menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang selanjutnya berdampak pada loyalitas pelanggan dan kinerja perusahaan. Namun, kekuatan hubungan tersebut bervariasi tergantung pada konteks industri, karakteristik pelanggan, dan variabel mediasi seperti kepercayaan dan nilai yang dirasakan (Slack et al., 2020; Klaus & Maklan, 2023).

Dalam penelitian Bisnis, sintesis literatur memungkinkan peneliti untuk membangun argumentasi ilmiah yang komprehensif dan logis serta menghindari duplikasi penelitian, sekaligus memperkuat relevansi praktis penelitian Bisnis. Hasil sintesis ini menjadi dasar dalam pengembangan kerangka teoritis dan perumusan hipotesis penelitian.

E. Konsep dan Fungsi Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis merupakan model konseptual yang menjelaskan hubungan sebab-akibat antarvariabel penelitian berdasarkan teori dan temuan empiris. Dalam penelitian Bisnis, kerangka teoritis berfungsi sebagai peta konseptual yang memberikan arah penelitian, dasar perumusan hipotesis, serta pedoman interpretasi hasil penelitian, contoh menggambarkan bagaimana praktik manajerial memengaruhi perilaku dan kinerja organisasi.

Fungsi utama kerangka teoritis adalah memberikan arah penelitian, menjadi dasar perumusan hipotesis, serta membantu

peneliti dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Kerangka teoritis yang baik harus disusun secara logis, konsisten, dan dapat diuji secara empiris.

Kerangka teoritis yang baik harus memenuhi prinsip logis, konsisten, dan dapat diuji secara empiris. Setiap hubungan antarvariabel perlu didukung oleh teori yang relevan dan temuan empiris terdahulu, sehingga model yang dikembangkan memiliki legitimasi akademik yang kuat.

F. Tahapan Pengembangan Kerangka Teoritis

Pengembangan kerangka teoritis dalam penelitian Bisnis perlu disesuaikan dengan fokus bidang kajian yang diteliti. Meskipun tahapan umum pengembangannya relatif seragam, pemilihan variabel, teori pendukung, dan hubungan kausal akan berbeda sesuai dengan konteks penelitian, seperti sumber daya manusia, pemasaran, keuangan, UMKM, dan bisnis digital.

Secara umum pengembangan kerangka teoritis dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis, yaitu: (1) identifikasi teori dan model konseptual yang relevan, (2) penentuan variabel independen, dependen, serta variabel mediasi atau moderasi, (3) penjelasan hubungan antarvariabel berdasarkan bukti empiris, dan (4) penyusunan kerangka teoritis dalam bentuk narasi dan diagram konseptual.

Dalam konteks Bisnis, tahapan ini membantu peneliti memastikan bahwa kerangka teoritis yang disusun memiliki dasar ilmiah yang kuat dan relevan dengan permasalahan bisnis yang diteliti.

1. Kerangka Teoritis Penelitian Sumber Daya Manusia (SDM)

Dalam penelitian SDM, kerangka teoritis umumnya berangkat dari teori perilaku organisasi, teori motivasi, dan teori kinerja. Variabel independen yang sering digunakan meliputi kepemimpinan, budaya organisasi, motivasi kerja, kompetensi, dan kepuasan kerja. Variabel dependen biasanya berupa kinerja karyawan, komitmen organisasi, atau produktivitas kerja.

Contoh Kerangka Teoritis SDM:



Gambar 4.1 Kerangka Teoritis Pengaruh Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan melalui Motivasi Kerja

Berbagai penelitian empiris menunjukkan bahwa gaya kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan terhadap motivasi dan kinerja karyawan, baik pada organisasi publik maupun swasta.

2. Kerangka Teoritis Penelitian Pemasaran

Penelitian pemasaran umumnya mengacu pada teori perilaku konsumen dan pemasaran jasa. Variabel independen yang sering digunakan meliputi kualitas produk, kualitas layanan, harga, citra merek, dan promosi. Variabel dependen dapat berupa kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, atau niat beli ulang.

Contoh Kerangka Teoritis Pemasaran:



Gambar 4.2 Kerangka Teoritis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan.

Temuan empiris terkini menegaskan bahwa kepuasan pelanggan berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

3. Kerangka Teoritis Penelitian Keuangan

Dalam bidang keuangan, kerangka teoritis sering merujuk pada teori keuangan perusahaan dan manajemen keuangan. Variabel independen meliputi struktur modal, likuiditas, profitabilitas, dan manajemen modal kerja. Variabel dependen umumnya berupa nilai perusahaan, kinerja keuangan, atau risiko keuangan.

Contoh Kerangka Teoritis Keuangan:

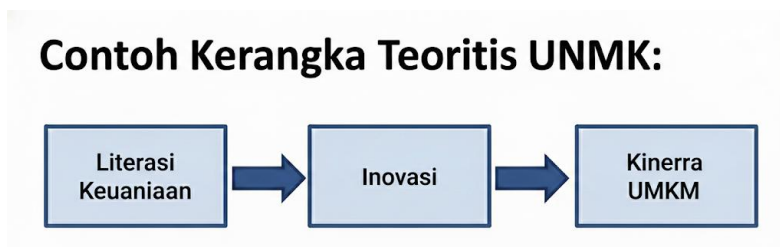


Gambar 4.3 Kerangka Teoritis Pengaruh Likuiditas terhadap Nilai Perusahaan melalui Profitabilitas.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan mengelola likuiditas secara optimal berkontribusi positif terhadap profitabilitas dan peningkatan nilai perusahaan.

4. Kerangka Teoritis Penelitian UMKM

Penelitian UMKM umumnya bersifat terapan dan kontekstual, dengan mengacu pada teori kewirausahaan dan manajemen usaha kecil. Variabel independen yang sering digunakan meliputi orientasi kewirausahaan, literasi keuangan, inovasi, dan akses permodalan. Variabel dependen biasanya berupa kinerja usaha atau keberlanjutan UMKM.



Gambar 4.5 Kerangka Teoritis Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Kinerja UMKM melalui Inovasi.

Berbagai studi empiris menunjukkan bahwa literasi keuangan pelaku UMKM berperan penting dalam mendorong inovasi dan meningkatkan kinerja usaha.

5. Kerangka Teoritis Penelitian Bisnis Digital

Dalam konteks bisnis digital, kerangka teoritis banyak dipengaruhi oleh teori adopsi teknologi dan transformasi digital. Variabel independen meliputi penggunaan teknologi digital, kapabilitas digital, dan kualitas platform. Variabel dependen dapat berupa kinerja bisnis digital, kepuasan pengguna, atau keunggulan bersaing.

Contoh Kerangka Teoritis Bisins Digital:



Gambar 4.5 Kerangka Teoritis Pengaruh Adopsi Teknologi Digital terhadap Kinerja Bisnis melalui Pengalaman Pengguna.

Penelitian mutakhir menunjukkan bahwa pengalaman pengguna berperan sebagai mediator penting dalam menjelaskan keberhasilan transformasi digital pada organisasi.

TABEL RINGKASAN PENELITIAN TERDAHULU

Tabel 4.1 Penelitian Terdahulu Bidang SDM

Peneliti (Tahun)	Variabel Utama	Metode	Temuan Utama
Luu et al. (2021)	Kepemimpinan transformasional, keterikatan kerja, kinerja	SEM	Kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap kinerja melalui keterikatan kerja
Al-Hussaini et al. (2022)	Budaya organisasi, kepuasan kerja, kinerja	Regresi	Budaya organisasi meningkatkan kinerja karyawan
Karatepe et al. (2023)	Dukungan organisasi, komitmen, kinerja	SEM	Komitmen memediasi pengaruh dukungan organisasi terhadap kinerja

Tabel 4.2 Penelitian Terdahulu Bidang Pemasaran

Peneliti (Tahun)	Variabel Utama	Metode	Temuan Utama
Rather et al. (2021)	Kualitas layanan, kepuasan, loyalitas	SEM	Kepuasan memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas
Klaus & Maklan	Customer experience, nilai,	SEM	Pengalaman pelanggan berpengaruh langsung

Peneliti (Tahun)	Variabel Utama	Metode	Temuan Utama
(2022)	loyalitas		terhadap loyalitas
Iglesias et al. (2023)	Citra merek, kepercayaan, niat beli	Regresi	Kepercayaan merek meningkatkan niat beli ulang

Tabel 4.3 Penelitian Terdahulu Bidang UMKM

Peneliti (Tahun)	Variabel Utama	Metode	Temuan Utama
Prasetyo et al. (2021)	Literasi keuangan, kinerja UMKM	Regresi	Literasi keuangan meningkatkan kinerja UMKM
Wahyuni et al. (2022)	Inovasi, orientasi kewirausahaan, kinerja	SEM	Inovasi memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja
Tambunan (2023)	Digitalisasi, daya saing UMKM	Regresi	Digitalisasi meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM

Tabel 4.4 Penelitian Terdahulu Bidang Bisnis Digital

Peneliti (Tahun)	Variabel Utama	Metode	Temuan Utama
Vial (2021)	Transformasi digital, kinerja	Review sistematis	Transformasi digital berdampak positif pada kinerja organisasi
Verhoef et al. (2021)	Kapabilitas digital, pengalaman pelanggan	SEM	Kapabilitas digital meningkatkan pengalaman pelanggan
Kraus et al. (2022)	Adopsi teknologi, inovasi, kinerja	SEM	Adopsi teknologi mendorong inovasi dan kinerja bisnis

G. Peran Kajian Pustaka dalam Membangun Solusi Bisnis Berbasis Bukti

Kajian pustaka berbasis riset empiris memiliki peran strategis dalam membangun solusi bisnis yang *evidence-based*. Dengan mengkaji praktik terbaik dan temuan ilmiah terdahulu, peneliti dapat merumuskan rekomendasi manajerial yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga didukung oleh bukti empiris yang valid. Dalam penelitian terapan Bisnis, kajian pustaka menjadi jembatan antara teori dan praktik. Solusi bisnis yang dihasilkan diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pengambilan keputusan manajerial dan pengembangan organisasi.

H. Kesimpulan

Kajian pustaka dan kerangka teoritis merupakan komponen esensial dalam metodologi penelitian Bisnis karena memberikan landasan konseptual dan empiris bagi keseluruhan proses penelitian. Melalui kajian pustaka yang sistematis, peneliti dapat memahami perkembangan teori, mengidentifikasi variabel penelitian, serta menemukan kesenjangan penelitian yang menjadi dasar perumusan masalah dan hipotesis. Pemilihan referensi yang relevan, kredibel, dan mutakhir sangat menentukan kualitas kajian pustaka. Selain itu, kemampuan peneliti dalam melakukan sintesis literatur memungkinkan terbentuknya pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antarvariabel yang diteliti. Hasil sintesis tersebut kemudian menjadi dasar dalam penyusunan kerangka teoritis yang logis, konsisten, dan dapat diuji secara empiris.

Dalam konteks penelitian Bisnis, kerangka teoritis berfungsi sebagai peta konseptual yang mengarahkan proses analisis serta membantu peneliti dalam menginterpretasikan hasil penelitian. Kerangka teoritis yang disusun berdasarkan teori dan bukti empiris akan meningkatkan validitas ilmiah penelitian. Pada akhirnya, kajian pustaka tidak hanya berfungsi sebagai landasan akademik, tetapi juga sebagai sumber dalam merumuskan solusi bisnis yang berbasis bukti (evidence-based). Dengan demikian, penelitian yang dilakukan diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ilmu Bisnis sekaligus memberikan rekomendasi strategis bagi praktik manajerial dan pengambilan keputusan organisasi.



BAB V

Desain Penelitian: Memilih Jalur Kualitatif atau Kuantitatif Dalam Riset Bisnis (Strategi memilih Metode yang paling pas)

Dr. Firman Syakri Pribadi

A. Pendahuluan

Dalam riset bisnis dan manajemen, keputusan paling mendasar yang harus diambil peneliti bukanlah memilih teknik statistik atau metode wawancara, melainkan menentukan *cara memandang realitas bisnis* yang hendak dikaji. Pilihan antara jalur kualitatif atau kuantitatif sesungguhnya adalah pilihan filosofis yang menyentuh wilayah epistemologi (bagaimana pengetahuan diperoleh) dan aksiologi (nilai dan tujuan dari pengetahuan itu sendiri). Tantangan terbesar para peneliti bukan hanya sekadar memilih metode, melainkan memahami ontologi dan epistemologi di balik pilihan tersebut.

Bab ini membahas secara mendalam perbedaan kedua jalur tersebut, serta memberikan panduan praktis kapan masing-masing pendekatan lebih tepat digunakan dalam fenomena bisnis. Dunia bisnis adalah laboratorium yang hidup, kompleks, dan sering kali tidak terduga. Untuk memahaminya, kita memerlukan alat bedah yang tepat. Sebagaimana ditegaskan oleh Creswell & Creswell, (2017)

"Research designs are plans and the procedures for research that span the decisions from broad assumptions to detailed methods of data collection and analysis"

Dalam ilmu manajemen modern, pendekatan kuantitatif berkembang dari tradisi positivisme, yang memandang realitas sebagai sesuatu yang objektif dan dapat diukur secara sistematis (Creswell & Creswell, 2017). Sebaliknya, pendekatan kualitatif berakar pada tradisi interpretivisme dan konstruktivisme, yang menekankan bahwa realitas sosial termasuk realitas bisnis dibentuk oleh makna yang dikonstruksi oleh individu dan kelompok dalam konteks sosial tertentu (Guba & Lincoln, 1994). Oleh karena itu, memilih pendekatan penelitian bukan sekadar keputusan teknis, melainkan keputusan filosofis tentang bagaimana peneliti memahami realitas bisnis dan bagaimana pengetahuan tentang realitas tersebut dapat dihasilkan secara sah.

B. Mengapa Kita Bertanya ?

Sebelum menyentuh kuesioner atau pedoman wawancara, seorang peneliti bisnis harus memahami "lensa" yang ia gunakan. Pilihan desain riset berakar pada posisi ontologis (apa itu realitas) dan epistemologis (bagaimana kita mengetahui realitas tersebut).

1. Epistemologi dalam Riset Bisnis

Epistemologi menjawab pertanyaan: apa yang dapat kita ketahui tentang dunia bisnis dan bagaimana cara mengetahuinya? Pendekatan kuantitatif berakar pada epistemologi positivistik. Dalam pandangan ini, realitas bisnis dianggap objektif, stabil, dan dapat diukur. Perilaku konsumen, kinerja perusahaan, atau efektivitas strategi dipandang sebagai fenomena yang memiliki pola umum dan hukum kausal yang bisa diuji. Pengetahuan diperoleh melalui pengukuran

sistematis, pengujian hipotesis, dan generalisasi dari sampel ke populasi.

Sebaliknya, pendekatan kualitatif bertumpu pada epistemologi interpretif atau konstruktivis. Realitas bisnis tidak dipandang tunggal dan objektif, melainkan dibentuk oleh makna, pengalaman, dan konteks sosial para pelaku bisnis. Pengetahuan tidak semata ditemukan, tetapi dikonstruksi melalui interaksi antara peneliti dan subjek. Oleh karena itu, pemahaman mendalam (*verstehen*) lebih diutamakan daripada generalisasi statistik.

2. Aksiologi: Nilai dan Tujuan Penelitian

Aksiologi berkaitan dengan nilai: untuk apa pengetahuan ini dihasilkan dan sejauh mana nilai peneliti terlibat? Dalam riset kuantitatif, ideal yang dikejar adalah netralitas nilai (*value-free research*). Peneliti berupaya memisahkan diri dari objek penelitian, menjaga jarak emosional, dan meminimalkan subjektivitas. Tujuannya adalah menghasilkan temuan yang dapat direplikasi, dibandingkan, dan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan manajerial berbasis bukti (*evidence-based management*).

Riset kualitatif mengakui bahwa nilai peneliti tidak dapat sepenuhnya dilepaskan. Pilihan topik, pertanyaan penelitian, hingga interpretasi data selalu dipengaruhi oleh latar belakang dan perspektif peneliti. Namun, keterlibatan nilai ini justru dipandang sebagai kekuatan, karena memungkinkan pemahaman yang lebih kaya tentang dinamika

kekuasaan, budaya organisasi, dan makna strategis di balik tindakan bisnis.

3. Logika Deduktif-Positivistik dalam Penelitian Kuantitatif

Penelitian kuantitatif umumnya menggunakan logika deduktif. Prosesnya dimulai dari teori atau model konseptual yang sudah mapan, diturunkan menjadi hipotesis, lalu diuji dengan data empiris. Fenomena bisnis seperti:

- a. Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan
- b. Hubungan antara kepemimpinan transformasional dan kinerja karyawan
- c. Dampak bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian

Lebih tepat didekati dengan logika ini ketika tujuan penelitian adalah:

- a. Menguji teori yang sudah ada
- b. Mengukur kekuatan hubungan antarvariabel
- c. Membuat prediksi atau generalisasi

Analogi praktisi manajemen: pendekatan kuantitatif ibarat dashboard mobil. Angka-angka seperti kecepatan, RPM, dan konsumsi bahan bakar memberi gambaran cepat dan terstandar tentang kondisi kendaraan. Ia sangat berguna untuk pengambilan keputusan cepat dan perbandingan kinerja.

4. Logika Induktif-Interpretif dalam Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif menggunakan logika induktif. Teori tidak dijadikan titik awal, melainkan hasil akhir dari proses pemaknaan data. Peneliti masuk ke lapangan dengan

pertanyaan terbuka dan membiarkan pola, kategori, serta konsep muncul dari data. Pendekatan ini lebih tepat ketika:

- a. Fenomena masih baru atau belum banyak diteliti
- b. Konteks sangat menentukan makna (misalnya budaya organisasi atau lokalitas pasar)
- c. Peneliti ingin memahami bagaimana dan mengapa suatu strategi dijalankan

Contoh fenomena bisnis yang cocok didekati secara kualitatif:

- a. Bagaimana manajer menafsirkan strategi keberlanjutan
- b. Makna loyalitas bagi konsumen komunitas tertentu
- c. Proses pengambilan keputusan strategis di perusahaan keluarga

Analogi praktisi manajemen: riset kualitatif seperti percakapan mendalam dengan mekanik senior. Ia tidak hanya membaca angka di dashboard, tetapi mendengar suara mesin, merasakan getaran, dan memahami riwayat kendaraan untuk menjelaskan apa yang sebenarnya terjadi.

5. Perilaku Konsumen: Kuantitatif atau Kualitatif?

Perilaku konsumen sering menjadi arena perdebatan metodologis. Dalam konteks Indonesia, survei berskala besar efektif untuk mengukur preferensi, kepuasan, dan niat beli konsumen pada ritel modern, *e-commerce*, atau jasa transportasi daring. Pendekatan ini sangat relevan ketika perusahaan ingin mengetahui pola umum, segmentasi pasar, serta faktor-faktor yang secara statistik memengaruhi keputusan pembelian.

Namun, pada konteks UMKM, pasar tradisional, atau destinasi wisata berbasis budaya, perilaku konsumen sering kali tidak dapat direduksi menjadi angka semata. Makna simbolik produk lokal, hubungan sosial antara penjual dan pembeli, serta nilai budaya yang melekat pada proses konsumsi menuntut pendekatan kualitatif. Wawancara mendalam dan observasi partisipatif memungkinkan peneliti memahami mengapa konsumen tetap loyal meskipun harga tidak selalu kompetitif.

Sebagai contoh, penurunan penjualan suatu produk lokal dapat dijelaskan secara kuantitatif melalui analisis harga dan promosi. Namun, perubahan makna merek di mata konsumen, misalnya karena isu keaslian, nilai religius, atau identitas kedaerahan lebih tepat dipahami melalui pendekatan kualitatif.

6. Strategi Korporat dan Pilihan Jalur Metodologis

Strategi korporat di Indonesia sering berlangsung dalam lingkungan yang kompleks, ditandai oleh regulasi pemerintah, budaya organisasi yang hierarkis, serta pengaruh kuat pemilik atau pendiri perusahaan. Studi kuantitatif berguna untuk menguji pengaruh strategi diversifikasi, inovasi, atau efisiensi biaya terhadap kinerja finansial perusahaan publik atau BUMN.

Namun, proses formulasi dan implementasi strategi, terutama pada perusahaan keluarga, koperasi, dan BUMDes, lebih tepat dieksplorasi secara kualitatif. Di sini, strategi tidak hanya dipahami sebagai rencana formal, tetapi sebagai hasil

negosiasi nilai, kepentingan keluarga, dan konteks sosial lokal. Pendekatan interpretif membantu menjelaskan mengapa strategi yang secara teoritis rasional terkadang tidak dijalankan sepenuhnya di lapangan.

Dalam praktik riset bisnis di Indonesia, kombinasi kedua jalur ini melalui desain *mixed methods* sering menjadi pilihan strategis. Pendekatan kuantitatif memberikan gambaran pola umum, sementara pendekatan kualitatif memperkaya pemahaman konteks dan dinamika internal organisasi.

Strategi korporat sering kali bersifat kompleks, kontekstual, dan sarat kepentingan. Studi kuantitatif berguna untuk menguji pengaruh strategi tertentu terhadap kinerja finansial. Namun, proses formulasi dan implementasi strategi, yang melibatkan politik organisasi, kepemimpinan, dan budaya, lebih tepat dieksplorasi secara kualitatif. Dalam praktik, banyak peneliti bisnis menggabungkan kedua jalur ini dalam desain *mixed methods* untuk memperoleh gambaran yang utuh.

7. Positivisme dan Jalur Kuantitatif

Jalur kuantitatif berakar pada paradigma positivisme. Di sini, realitas dianggap tunggal, objektif, dan terpisah dari peneliti. Tujuan riset adalah untuk mencari generalisasi yang dapat berlaku di berbagai konteks. (Saunders et al., (2019) menjelaskan bahwa:

" The positivist researcher maintains a distance from the research participants to remain objective and prevent their values from influencing the findings."

Dalam bisnis, pendekatan ini sangat krusial saat kita ingin menguji teori. Misalnya, ketika kita ingin mengetahui apakah kepemimpinan transformasional berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan di industri perbankan secara nasional.

8. Interpretivisme dan Jalur Kualitatif

Sebaliknya, jalur kualitatif berakar pada interpretivisme. Realitas dianggap jamak dan dikonstruksi secara sosial. Peneliti adalah instrumen utama yang mencoba menyelami "makna" di balik tindakan manusia. Denzin & Lincoln, (2011) memberikan definisi yang kuat mengenai hal ini:

" Qualitative research is a situated activity that locates the observer in the world. It consists of a set of interpretive, material practices that make the world visible."

Dalam bisnis, ini digunakan untuk mengeksplorasi fenomena yang belum mapan, seperti mengapa sebuah merek legendaris tiba-tiba kehilangan relevansinya di mata konsumen milenial meskipun anggaran iklannya tetap besar.

C. Anatomi Masalah: Menilai Karakteristik Fenomena

Metodologi harus mampu melakukan "diagnosis" terhadap masalah bisnis sebelum menentukan "obat" (metode) yang digunakan.

1. Masalah yang Terukur (*Measurement-Driven*)

Masalah ini biasanya bersifat eksplisit. Kita tahu variabel apa yang kita hadapi, dan kita ingin melihat besaran pengaruhnya. Contoh :Seberapa besar dampak inflasi terhadap daya beli konsumen otomotif?

Logika : Deduktif (dari teori umum ke data spesifik).

2. Masalah yang Perlu Dimengerti (*Meaning-Driven*)

Masalah ini sering kali bersifat implisit dan tersembunyi di balik perilaku manusia.

Contoh : Bagaimana pengalaman emosional seorang wirausahawan yang bangkit dari kegagalan bisnis?

Logika :Induktif (dari pengamatan spesifik membangun pola teori baru).

3. Komparasi Strategis: Tabel Navigasi Peneliti

Sebagai panduan praktis, tabel berikut merangkum perbedaan mendasar yang harus dipahami oleh setiap peneliti manajemen:

Tabel 5.1. Navigasi Peneliti

Dimensi Perbandingan	Jalur Kuantitatif (Positivistik)	Jalur Kualitatif (Interpretif)
Tujuan Utama	Menguji teori, mencari hubungan sebab-akibat, dan generalisasi.	Memahami makna, mengeksplorasi fenomena, dan kedalaman konteks.
Logika Berpikir	Deduktif: Dari teori umum menuju data spesifik (Konfirmasi).	Induktif: Dari data spesifik menuju pola/teori baru (Eksplorasi).

Dimensi Perbandingan	Jalur Kuantitatif (Positivistik)	Jalur Kualitatif (Interpretif)
Instrumen	Kuesioner, tes, atau alat ukur standar lainnya.	Peneliti sendiri (<i>Researcher as the key instrument</i>).
Sampel/Informan	Besar, acak (<i>Random</i>), dan representatif secara statistik.	Kecil, non-acak (<i>Purposive</i>), fokus pada kekayaan informasi.
Analisis Data	Statistik (Deskriptif & Inferensial).	Tematik, naratif, atau analisis isi (Non-statistik).
Hasil Akhir	Angka, tabel, dan probabilitas.	Narasi, kutipan langsung, dan model konseptual.

Bryman, (2016) mengingatkan kita tentang pentingnya integritas dalam kedua jalur ini:

" *The distinction between quantitative and qualitative research is not just about the use of numbers or words, but more fundamentally about the relationship between theory and research.*

4. Diagram Alur Pemilihan Pendekatan Penelitian Bisnis

Dalam praktik penelitian bisnis, banyak peneliti pemula mengalami kesulitan dalam menentukan pendekatan metodologis yang tepat. Kesulitan ini biasanya muncul karena peneliti langsung berpikir tentang teknik pengumpulan data (misalnya survei atau wawancara), tanpa terlebih dahulu memahami tujuan pengetahuan yang ingin dihasilkan. Oleh karena itu, pemilihan pendekatan penelitian sebaiknya dimulai

dari pertanyaan penelitian dan karakteristik fenomena bisnis yang diteliti (Creswell & Creswell, 2017). Berikut adalah alur konseptual yang dapat digunakan untuk menentukan pendekatan penelitian.

Tahap 1: Menentukan Tujuan Penelitian

Pertanyaan pertama yang harus dijawab adalah:

Apakah penelitian bertujuan untuk menguji teori atau memahami fenomena?

Jika tujuan penelitian adalah menguji hubungan antarvariabel atau memverifikasi teori yang sudah ada, maka pendekatan kuantitatif biasanya lebih tepat. Sebaliknya, jika tujuan penelitian adalah memahami makna, proses, atau dinamika suatu fenomena bisnis, maka pendekatan kualitatif lebih relevan (Saunders et al., 2019)

Contohnya:

Tujuan penelitian	Pendekatan yang sesuai
Menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan	Kuantitatif
Memahami bagaimana pelanggan menafsirkan pengalaman layanan	Kualitatif

Tahap 2: Mengidentifikasi Jenis Pertanyaan Penelitian

Jenis pertanyaan penelitian juga dapat menjadi indikator penting dalam menentukan pendekatan metodologis.

Jenis pertanyaan	Pendekatan
"Berapa besar pengaruh X terhadap Y?"	Kuantitatif
"Apakah terdapat hubungan antara X dan Y?"	Kuantitatif
"Bagaimana proses keputusan pembelian terjadi?"	Kualitatif
"Mengapa strategi tertentu gagal dijalankan?"	Kualitatif

Pertanyaan yang berorientasi pada pengukuran dan hubungan antarvariabel biasanya sesuai dengan pendekatan kuantitatif. Sebaliknya, pertanyaan yang berfokus pada proses, pengalaman, dan makna lebih sesuai dengan pendekatan kualitatif (Bryman, 2016)

Tahap 3: Menilai Karakteristik Fenomena Bisnis

Fenomena bisnis memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Sebagian fenomena bersifat terukur dan terstruktur, sementara yang lain bersifat kompleks dan kontekstual.

Karakteristik fenomena	Pendekatan yang cocok
Perilaku pasar yang dapat diukur secara statistik	Kuantitatif
Preferensi konsumen dalam populasi besar	Kuantitatif
Budaya organisasi	Kualitatif
Proses pengambilan keputusan strategis	Kualitatif
Makna merek dalam komunitas tertentu	Kualitatif

Sebagai contoh, penelitian tentang pangsa pasar dan loyalitas pelanggan biasanya lebih efektif menggunakan survei kuantitatif. Sebaliknya, penelitian tentang budaya perusahaan atau kepemimpinan strategis sering kali membutuhkan pendekatan kualitatif untuk memahami konteks organisasi secara lebih mendalam.

Tahap 4: Mempertimbangkan Ketersediaan Data

Pemilihan metode penelitian juga harus mempertimbangkan jenis data yang tersedia.

Jika data tersedia dalam bentuk numerik dan dapat diukur secara sistematis seperti data penjualan, survei pelanggan, atau indikator kinerja organisasi maka pendekatan kuantitatif dapat digunakan.

Namun, jika data yang tersedia berupa pengalaman, narasi, atau interpretasi individu, maka pendekatan kualitatif menjadi lebih tepat (Bougie & Sekaran, 2025)

Diagram Konseptual Pemilihan Pendekatan

Secara sederhana, proses pemilihan pendekatan penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

Fenomena Bisnis



Apa tujuan penelitian?



└─ Menguji teori / mengukur hubungan variabel



Pendekatan Kuantitatif



└─ Memahami proses, makna, atau pengalaman



Pendekatan Kualitatif

Dalam beberapa kasus, fenomena bisnis memiliki dimensi kuantitatif sekaligus kualitatif. Misalnya, penelitian tentang loyalitas pelanggan dapat dimulai dengan survei kuantitatif untuk mengukur tingkat loyalitas, kemudian dilanjutkan dengan wawancara mendalam untuk memahami alasan di balik loyalitas tersebut. Pendekatan seperti ini dikenal sebagai mixed methods, yang menggabungkan

kekuatan analisis statistik dengan kedalaman interpretasi kualitatif (Creswell & Clark, 2018)

Analogi Praktis bagi Manajer

Bagi praktisi manajemen, pemilihan pendekatan penelitian dapat dianalogikan dengan dua cara memahami kondisi sebuah perusahaan. Pendekatan kuantitatif ibarat melihat laporan keuangan perusahaan. Data numerik memberikan gambaran tentang pendapatan, biaya, dan profitabilitas yang memungkinkan analisis yang objektif dan terstandar.

Sebaliknya, pendekatan kualitatif ibarat berbicara langsung dengan karyawan dan manajer untuk memahami dinamika organisasi. Percakapan tersebut sering kali mengungkap faktor-faktor yang tidak tercermin dalam laporan keuangan, seperti budaya kerja, kepemimpinan, dan motivasi karyawan. Kedua pendekatan ini tidak saling bertentangan, tetapi justru saling melengkapi dalam memberikan pemahaman yang komprehensif tentang fenomena bisnis.

D. Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa perbedaan untuk teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dan kuantitatif, yang bisa langsung dimasukkan dalam bab metodologi penelitian bisnis. Penjelasan ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mengaitkan dengan logika epistemologis dan tujuan penelitian, sehingga pembaca dapat memahami *mengapa* teknik tertentu digunakan. Panduan

Membedakan Teknik Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif

1. Memahami Perbedaan Filosofis Sebelum Memilih Teknik

Salah satu kesalahan umum dalam penelitian bisnis adalah peneliti langsung memilih teknik pengumpulan data seperti survei atau wawancara tanpa terlebih dahulu memahami paradigma penelitian yang digunakan. Padahal teknik pengumpulan data pada dasarnya merupakan turunan dari pendekatan metodologis yang dipilih.

Pendekatan kuantitatif berangkat dari paradigma positivistik yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dapat diukur secara objektif. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif dirancang untuk menghasilkan data numerik yang dapat dianalisis secara statistik (Creswell & Creswell, 2018).

Sebaliknya, pendekatan kualitatif berakar pada paradigma interpretif yang memandang realitas sosial sebagai konstruksi makna yang dibentuk oleh individu dan kelompok dalam konteks tertentu. Oleh karena itu, teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk menghasilkan data naratif yang menggambarkan pengalaman, makna, dan proses sosial (Denzin & Lincoln, 2011). Dengan demikian, perbedaan teknik pengumpulan data bukan hanya soal alat penelitian, tetapi juga berkaitan dengan tujuan pengetahuan yang ingin dihasilkan.

2. Karakteristik Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif

Teknik pengumpulan data kuantitatif digunakan ketika peneliti ingin mengukur variabel secara sistematis dan menguji hubungan antarvariabel. Data yang dihasilkan biasanya berbentuk angka sehingga dapat dianalisis menggunakan metode statistik. Beberapa teknik utama pengumpulan data kuantitatif meliputi:

- a. Survei atau Kuesioner Terstruktur. Survei merupakan teknik yang paling umum digunakan dalam penelitian bisnis, terutama untuk mengukur sikap, persepsi, atau perilaku konsumen. Instrumen penelitian biasanya berupa kuesioner dengan pertanyaan tertutup yang menggunakan skala pengukuran tertentu, seperti skala Likert. Teknik ini sangat efektif untuk:

- 1) mengukur kepuasan pelanggan
- 2) menganalisis loyalitas merek
- 3) menilai persepsi konsumen terhadap produk atau layanan

Menurut Malhotra, (2019), survei memungkinkan peneliti mengumpulkan data dari sampel besar sehingga hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

- b. Eksperimen. Eksperimen digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel. Dalam penelitian bisnis, eksperimen sering digunakan untuk menguji efektivitas strategi pemasaran atau desain produk.

Contohnya:

- 1) menguji pengaruh diskon terhadap keputusan pembelian
- 2) membandingkan efektivitas dua strategi promosi

Teknik ini memungkinkan peneliti mengontrol variabel tertentu sehingga hubungan kausal dapat dianalisis secara lebih akurat (Bougie & Sekaran, 2025)

- c. Analisis Data Sekunder. Penelitian kuantitatif juga sering menggunakan data sekunder yang berasal dari laporan perusahaan, statistik pemerintah, atau basis data industri.

Contohnya:

- 1) laporan keuangan perusahaan
- 2) data penjualan
- 3) data statistik ekonomi

Teknik ini sering digunakan dalam penelitian manajemen strategis dan keuangan.

3. Karakteristik Teknik Pengumpulan Data Kualitatif

Teknik pengumpulan data kualitatif digunakan ketika peneliti ingin memahami makna, proses, dan konteks suatu fenomena bisnis. Data yang dihasilkan biasanya berupa narasi, deskripsi, atau interpretasi. Beberapa teknik utama dalam penelitian kualitatif antara lain:

- a. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*). Wawancara mendalam merupakan teknik yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif. Melalui wawancara, peneliti dapat menggali pengalaman, pandangan, dan

interpretasi responden terhadap fenomena tertentu. Contohnya dalam penelitian bisnis:

- 1) memahami strategi pengusaha UMKM dalam menghadapi persaingan
- 2) menggali pengalaman konsumen terhadap suatu merek
- 3) memahami proses pengambilan keputusan dalam organisasi

Menurut Kvale & Brinkmann, (2015), wawancara kualitatif memungkinkan peneliti memahami dunia sosial dari perspektif responden.

- b. Observasi. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung perilaku atau aktivitas dalam konteks alami. Teknik ini sangat berguna untuk memahami praktik organisasi atau interaksi sosial dalam bisnis. Contohnya:

- 1) mengamati perilaku konsumen di toko ritel
- 2) mengamati proses pelayanan pelanggan
- 3) mengamati dinamika kerja dalam organisasi

Observasi memungkinkan peneliti memperoleh data yang tidak selalu muncul dalam wawancara.

- c. Focus Group Discussion (FGD). FGD merupakan teknik pengumpulan data melalui diskusi kelompok yang dipandu oleh seorang moderator. Teknik ini sering digunakan dalam penelitian pemasaran untuk memahami persepsi konsumen terhadap produk atau merek. Menurut Krueger & Casey, (2015) FGD efektif untuk mengeksplorasi ide,

opini, dan persepsi yang muncul dari interaksi antarpartisipan.

- d. Analisis Dokumen. Dalam penelitian kualitatif, dokumen juga dapat menjadi sumber data yang penting. Dokumen tersebut dapat berupa laporan organisasi, arsip perusahaan, media komunikasi internal, atau dokumen kebijakan. Analisis dokumen membantu peneliti memahami konteks historis dan struktural dari suatu fenomena bisnis.

4. Perbedaan Utama Teknik Pengumpulan Data

Perbedaan teknik pengumpulan data antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif dapat dirangkum sebagai berikut:

Aspek	Kuantitatif	Kualitatif
Tujuan data	Mengukur variabel	Memahami makna dan proses
Bentuk data	Angka	Narasi / deskripsi
Instrumen	Kuesioner terstruktur	Wawancara, observasi
Jumlah responden	Besar	Relatif kecil
Kedalaman data	Dangkal tetapi luas	Mendalam tetapi terbatas
Analisis	Statistik	Interpretasi tematik

Perbedaan ini menunjukkan bahwa kedua pendekatan tidak saling bertentangan, tetapi memiliki fungsi yang berbeda dalam memahami fenomena bisnis.

5. Analogi Praktis bagi Peneliti dan Manajer

Perbedaan teknik pengumpulan data antara pendekatan kuantitatif dan kualitatif dapat dianalogikan dengan dua cara memahami kondisi sebuah perusahaan. Pendekatan kuantitatif ibarat menganalisis laporan keuangan perusahaan. Data numerik memberikan gambaran tentang pendapatan, biaya,

dan profitabilitas yang memungkinkan analisis yang objektif dan sistematis. Sebaliknya, pendekatan kualitatif ibarat berbicara langsung dengan karyawan dan pelanggan untuk memahami pengalaman mereka. Percakapan tersebut sering kali mengungkap faktor-faktor yang tidak tercermin dalam laporan keuangan, seperti budaya organisasi, motivasi kerja, dan kepuasan pelanggan.

Dengan menggabungkan kedua pendekatan tersebut, manajer dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika bisnis.

E. Implementasi dalam Domain Manajemen

1. Manajemen Pemasaran

Pemasaran adalah medan tempur antara persepsi dan realitas.

Kuantitatif : Digunakan untuk “*Market Segmentation*” dan “*Predictive Analytics*”

Kualitatif : Digunakan untuk “*Consumer Insight*” dan “*Brand Storytelling*”.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

SDM berfokus pada modal manusia yang kompleks.

Kuantitatif : Analisis korelasi antara kompensasi dan retensi karyawan.

Kualitatif : Studi kasus mengenai resolusi konflik dalam merger dua budaya perusahaan yang berbeda.

3. Manajemen Keuangan

Meskipun didominasi angka, aspek kualitatif mulai krusial dalam Behavioral Finance.

Kuantitatif : Analisis regresi kinerja saham berdasarkan rasio keuangan.

Kualitatif : Wawancara mendalam dengan manajer investasi tentang persepsi risiko selama masa krisis.

F. Dikotomi: Metode Campuran (*Mixed Methods*)

Mengamati perkembangan riset isadari bahwa bahwa sering kali satu jalur saja tidak cukup. Inilah yang oleh Tashakkori & Teddlie (2010) disebut sebagai revolusi ketiga dalam metodologi.

1. Filosofi Pragmatisme

Mixed methods tidak berdebat tentang kebenaran tunggal atau jamak, melainkan tentang kegunaan (utility).

" *Pragmatism as a worldview arises out of actions, situations, and consequences rather than antecedent conditions*" (Creswell & Plano Clark, 2017, hlm. 35).

2. Strategi Integrasi

- a. Sekuensial Eksplanatori: Memulai dengan angka untuk melihat tren, lalu diikuti kualitatif untuk menjelaskan mengapa tren itu terjadi.
- b. Sekuensial Eksploratori: Memulai dengan kualitatif untuk menemukan variabel baru, lalu diikuti kuantitatif untuk menguji generalisasinya.

3. Menjaga Kualitas dan Etika Penelitian

Apapun jalur yang Anda pilih, kualitas adalah harga mati. Dalam kuantitatif, kita harus memastikan instrumen kita valid. Dalam kualitatif, kita harus memastikan data kita "jujur".

Yin, (2018) menekankan dalam konteks studi kasus bisnis:

" *The goal is to design the study so that its results are as compelling as possible, ensuring that the evidence is collected and analyzed fairly.*"

Selain itu, etika penelitian, seperti anonimitas informan dan transparansi data adalah pilar yang menjaga reputasi Anda sebagai peneliti.

G. Kesimpulan: Peneliti sebagai Arsitek Makna

Memilih desain penelitian adalah langkah awal dari sebuah perjalanan panjang. Jangan biarkan ketakutan akan statistik atau kerumitan wawancara menghambat Anda. Ingatlah bahwa riset bisnis yang baik adalah riset yang mampu memberikan jawaban jujur atas masalah yang ada. Pendekatan kualitatif dan kuantitatif bukan sekadar persoalan metode pengumpulan data, melainkan berkaitan dengan cara peneliti memahami realitas bisnis dan tujuan pengetahuan yang ingin dihasilkan.

Pendekatan kuantitatif sangat efektif untuk menguji teori, mengukur hubungan antarvariabel, dan menghasilkan generalisasi yang berguna bagi pengambilan keputusan manajerial. Sebaliknya, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami makna, konteks, dan dinamika sosial yang membentuk perilaku organisasi dan pasar.

Dengan memahami perbedaan epistemologis dan aksiologis antara kedua pendekatan tersebut, peneliti bisnis dapat memilih desain penelitian yang paling sesuai dengan fenomena yang diteliti. Metode hanyalah alat, kejujuran ilmiah adalah ruhnya.



BAB VI

PERANCANGAN INSTRUMEN DAN KUESIONER PENELITIAN

Dr. Tri Irfa Indrayani

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

A. Pengertian Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Instrumen ini berfungsi sebagai media untuk mengukur variabel penelitian sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis secara ilmiah. Tanpa instrumen yang tepat, proses pengumpulan data tidak akan menghasilkan informasi yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Menurut Sugiyono (2022) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati dalam penelitian. Instrumen tersebut dapat berupa kuesioner, pedoman wawancara, lembar observasi, maupun tes.

Sementara itu menurut Sekaran & Bougie (2020) menyatakan bahwa instrumen penelitian merupakan perangkat yang dirancang secara sistematis untuk memperoleh data yang dapat menjelaskan hubungan antar variabel dalam suatu penelitian. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen yang paling umum digunakan adalah kuesioner karena memungkinkan peneliti mengumpulkan data dari responden dalam jumlah besar dengan cara yang relatif efisien dan terstruktur.

Secara umum, instrumen penelitian memiliki beberapa fungsi penting, yaitu:

1. Mengumpulkan data yang berkaitan dengan variabel penelitian
2. Mengukur sikap, persepsi, dan perilaku responden
3. Menyediakan data yang dapat dianalisis secara statistik
4. Membantu peneliti menjawab rumusan masalah penelitian
5. Menjamin bahwa proses pengumpulan data dilakukan secara sistematis

Instrumen yang dirancang dengan baik akan menghasilkan data yang *valid*, *reliabel*, dan dapat dipercaya, sehingga hasil penelitian memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Instrumen penelitian merupakan salah satu komponen penting dalam proses penelitian ilmiah. Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Melalui instrumen penelitian, peneliti dapat memperoleh informasi yang diperlukan secara sistematis sehingga data yang diperoleh dapat dianalisis dan digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Dalam suatu penelitian, keberadaan instrumen sangat menentukan kualitas data yang diperoleh. Instrumen yang dirancang dengan baik akan menghasilkan data yang akurat, relevan, dan dapat dipercaya. Sebaliknya, instrumen yang kurang tepat dapat menyebabkan data yang diperoleh menjadi tidak valid sehingga dapat mempengaruhi hasil penelitian secara keseluruhan.

Menurut Sugiyono (2022) instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang diamati oleh peneliti. Instrumen tersebut digunakan untuk

memperoleh data yang diperlukan dalam proses penelitian sehingga peneliti dapat melakukan analisis terhadap variabel yang diteliti. Sementara itu, Sekaran (2022) menjelaskan bahwa instrumen penelitian merupakan suatu perangkat yang dirancang secara sistematis untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan variabel penelitian. Instrumen ini disusun berdasarkan konsep teoritis yang kemudian diterjemahkan ke dalam indikator dan pertanyaan yang dapat dijawab oleh responden.

Pendapat lain juga dikemukakan oleh John W. Creswell (2022) yang menyatakan bahwa instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur variabel dalam suatu penelitian, baik dalam bentuk kuesioner, pedoman wawancara, maupun instrumen observasi. Instrumen tersebut berperan penting dalam menghasilkan data yang dapat dianalisis secara ilmiah.

Secara umum, instrumen penelitian dapat diartikan sebagai alat ukur yang digunakan untuk memperoleh data penelitian secara terstruktur. Instrumen ini disusun berdasarkan variabel dan indikator yang telah ditetapkan dalam kerangka konseptual penelitian. Dengan demikian, setiap butir pertanyaan atau pernyataan dalam instrumen harus mampu merepresentasikan indikator dari variabel yang diteliti.

Dalam praktik penelitian, instrumen penelitian dapat berbentuk berbagai macam alat pengumpulan data, antara lain kuesioner (angket), pedoman wawancara, lembar observasi, maupun tes. Pemilihan jenis instrumen penelitian sangat bergantung pada pendekatan penelitian yang digunakan, tujuan penelitian, serta karakteristik data yang ingin diperoleh. Dalam penelitian kuantitatif, instrumen yang paling banyak digunakan adalah kuesioner.

Kuesioner biasanya disusun dalam bentuk daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden berdasarkan pengalaman, persepsi, atau penilaian mereka terhadap suatu fenomena. Sementara itu, dalam penelitian kualitatif, instrumen yang sering digunakan adalah pedoman wawancara dan lembar observasi yang memungkinkan peneliti memperoleh informasi secara lebih mendalam.

Selain berfungsi sebagai alat pengumpulan data, instrumen penelitian juga berperan dalam memastikan bahwa proses pengukuran variabel dilakukan secara konsisten dan objektif. Oleh karena itu, sebelum digunakan dalam penelitian utama, instrumen perlu diuji terlebih dahulu melalui uji *validitas* dan *reliabilitas* untuk memastikan bahwa instrumen tersebut benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud dan menghasilkan data yang konsisten.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian merupakan alat yang sangat penting dalam proses penelitian. Instrumen yang dirancang secara sistematis dan berdasarkan landasan teori yang kuat akan membantu peneliti memperoleh data yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Oleh karena itu, peneliti perlu memberikan perhatian yang serius dalam proses perancangan instrumen penelitian agar hasil penelitian yang diperoleh memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi.

B. Jenis-Jenis Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan metode pengumpulan data yang digunakan. Secara umum, terdapat beberapa jenis instrumen yang sering digunakan dalam penelitian ilmiah.

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi mengenai suatu fenomena penelitian. Menurut John W. Creswell (2022), kuesioner adalah seperangkat pertanyaan yang disusun secara sistematis untuk mengumpulkan data dari responden dalam penelitian survei. Kuesioner biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif karena memungkinkan data dikumpulkan secara terstruktur dan mudah dianalisis secara statistik.

2. Pedoman Wawancara

Pedoman wawancara digunakan untuk membantu peneliti dalam mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau informan. Instrumen ini biasanya digunakan dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai suatu fenomena.

3. Lembar Observasi

Lembar observasi digunakan untuk mencatat perilaku atau aktivitas yang diamati secara langsung oleh peneliti. Instrumen ini banyak digunakan dalam penelitian pendidikan, psikologi, dan sosial.

4. Tes

Tes digunakan untuk mengukur kemampuan atau pengetahuan seseorang dalam bidang tertentu.

Contoh: tes prestasi belajar, tes kemampuan kognitif, dan tes keterampilan.

C. Kuesioner sebagai Instrumen Penelitian Kuantitatif

Kuesioner merupakan salah satu instrumen yang paling banyak digunakan dalam penelitian kuantitatif. Kuesioner dirancang dalam bentuk daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh responden sesuai dengan kondisi atau persepsi mereka. Beberapa kelebihan penggunaan kuesioner antara lain:

1. Efisien dalam pengumpulan data

Peneliti dapat memperoleh data dari banyak responden dalam waktu yang relatif singkat.

2. Standarisasi pertanyaan

Semua responden menerima pertanyaan yang sama sehingga data lebih mudah dibandingkan.

3. Biaya relatif rendah

Terutama jika menggunakan kuesioner online seperti Google Form.

4. Memudahkan analisis data

Jawaban responden dapat langsung diolah menggunakan software statistik seperti SPSS atau SmartPLS.

Namun demikian, kuesioner juga memiliki beberapa keterbatasan, seperti kemungkinan responden memberikan jawaban yang tidak jujur atau tidak memahami pertanyaan dengan baik. Oleh

karena itu, penyusunan kuesioner harus dilakukan dengan cermat agar pertanyaan yang dibuat benar-benar mampu mengukur variabel penelitian.

D. Langkah-Langkah Menyusun Instrumen Penelitian

Penyusunan instrumen penelitian memerlukan tahapan yang sistematis agar instrumen yang dihasilkan dapat mengukur variabel penelitian secara tepat.

1. Menentukan Tujuan Penelitian

Langkah pertama dalam menyusun instrumen adalah memahami tujuan penelitian yang ingin dicapai. Tujuan penelitian akan menentukan jenis data yang perlu dikumpulkan serta variabel yang harus diukur.

2. Menentukan Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan konsep yang akan diukur dalam penelitian. Variabel biasanya berasal dari teori yang digunakan dalam penelitian.

Contoh variabel penelitian:

- a. Kepuasan pelanggan
- b. Kinerja karyawan
- c. Kepuasan kerja
- d. Inovasi bisnis
- e. Kepemimpinan kewirausahaan

Setiap variabel harus memiliki definisi yang jelas agar dapat diukur secara tepat.

3. Menentukan Indikator Variabel

Indikator merupakan aspek-aspek yang menggambarkan suatu variabel. Indikator digunakan sebagai dasar dalam menyusun pertanyaan kuesioner.

Contoh:

Variabel: Kepuasan pelanggan

Indikator:

- a. Kualitas layanan
- b. Kecepatan pelayanan
- c. Keramahan karyawan
- d. Kesesuaian harga

4. Menyusun Butir Pertanyaan

Setelah indikator ditentukan, langkah berikutnya adalah menyusun pertanyaan yang dapat mengukur indikator tersebut.

Contoh:

Indikator: Kecepatan pelayanan

Pertanyaan:

- a. Pelayanan yang diberikan perusahaan dilakukan dengan cepat.
- b. Saya tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan pelayanan.

Biasanya setiap indikator diwakili oleh 2–3 pertanyaan agar pengukuran variabel lebih akurat.

E. Skala Pengukuran dalam Kuesioner

Skala pengukuran digunakan untuk mengukur sikap, persepsi, atau pendapat responden terhadap suatu pernyataan. Beberapa jenis skala yang sering digunakan dalam penelitian antara lain:

1. *Skala Likert*

Skala *Likert* dikembangkan oleh *Rensis Likert* untuk mengukur sikap dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena sosial.

Skala *Likert* biasanya terdiri dari 5 atau 7 tingkat jawaban.

Contoh skala Likert 5 poin:

Tabel 6.1. Bobot Nilai Angket

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Skala ini sangat populer dalam penelitian manajemen, pemasaran, pendidikan, dan sosial.

2. *Skala Guttman*

Skala Guttman menggunakan jawaban ya atau tidak.

Contoh:

Apakah Anda pernah membeli produk ini?

- Ya (Skor 1).
- Tidak (Skor 0).

3. *Skala Semantic Differential*

Skala ini menggunakan pasangan kata yang berlawanan.

Contoh:

Pelayanan perusahaan:

Buruk — Baik

F. Panduan Praktis Menyusun Pertanyaan Kuesioner

Agar kuesioner efektif, pertanyaan harus dirancang dengan memperhatikan beberapa prinsip berikut:

1. Gunakan bahasa yang sederhana
Pertanyaan harus mudah dipahami oleh responden dengan latar belakang pendidikan yang berbeda.
2. Hindari pertanyaan yang terlalu panjang
Pertanyaan yang terlalu panjang dapat membingungkan responden.
3. Hindari pertanyaan ganda
Pertanyaan tidak boleh mengandung dua ide sekaligus.
Contoh salah:
“Pelayanan perusahaan cepat dan ramah.”
4. Gunakan pernyataan yang spesifik
Pernyataan yang terlalu umum dapat menghasilkan jawaban yang tidak akurat.

Contoh pernyataan kuesioner:

Skor	Kategori
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Variabel : Pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM)

➤ Indikator 1 : Rekrutmen dan Seleksi

1. Proses rekrutmen karyawan di organisasi ini dilakukan secara terbuka dan transparan.

2. Perusahaan menempatkan karyawan sesuai dengan kompetensi yang dimiliki.
 3. Proses seleksi karyawan dilakukan secara objektif dan profesional.
 4. Karyawan yang diterima memiliki kualifikasi yang sesuai dengan kebutuhan pekerjaan.
- Indikator 2: Pelatihan dan Pengembangan
1. Perusahaan memberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan karyawan.
 2. Program pelatihan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan.
 3. Perusahaan mendukung pengembangan karier karyawan.
 4. Pelatihan yang diberikan membantu meningkatkan kinerja karyawan.
- Indikator 3: Motivasi Kerja
1. Perusahaan memberikan penghargaan atas prestasi kerja karyawan.
 2. Saya merasa termotivasi untuk bekerja lebih baik di perusahaan ini.
 3. Atasan memberikan dukungan yang mendorong semangat kerja karyawan.
 4. Lingkungan kerja di perusahaan ini mampu meningkatkan motivasi kerja.
- Indikator 4: Penilaian Kinerja
1. Penilaian kinerja karyawan dilakukan secara adil dan objektif.

2. Hasil penilaian kinerja digunakan untuk meningkatkan kinerja karyawan.
3. Perusahaan memberikan umpan balik terhadap hasil kerja karyawan.
4. Sistem penilaian kinerja membantu karyawan memahami target kerja.

➤ **Indikator 5: Lingkungan Kerja**

1. Lingkungan kerja di perusahaan ini nyaman untuk bekerja.
2. Hubungan antar karyawan di perusahaan ini berjalan dengan baik.
3. Komunikasi antara karyawan dan atasan berjalan dengan efektif.
4. Perusahaan memberikan fasilitas kerja yang memadai.

G. Teknik Menghindari Bias Responden

Bias responden merupakan kondisi di mana jawaban responden tidak mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Beberapa jenis bias responden antara lain:

1. *Social desirability bias*. Responden cenderung memberikan jawaban yang dianggap baik secara sosial.
2. *Acquiescence bias*. Responden cenderung menyetujui semua pernyataan dalam kuesioner.
3. *Central tendency bias*

Responden cenderung memilih jawaban tengah (netral).

Untuk menghindari bias tersebut, peneliti dapat melakukan beberapa langkah berikut:

1. Menyusun pernyataan secara netral
2. Menggunakan kombinasi pertanyaan positif dan negatif
3. Menjamin kerahasiaan identitas responden
4. Menghindari pertanyaan yang sensitif
5. Memberikan instruksi yang jelas kepada responden

Struktur Umum Kuesioner Penelitian

Secara umum, kuesioner penelitian terdiri dari beberapa bagian utama.

1. Halaman pembuka. Berisi penjelasan mengenai tujuan penelitian dan permohonan kesediaan responden.
2. Identitas responden

Contoh:

- a. Jenis kelamin
- b. Usia
- c. Pendidikan
- d. Pekerjaan

3. Pertanyaan inti penelitian

Bagian ini berisi pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian.

4. Penutup

Bagian penutup biasanya berisi ucapan terima kasih kepada responden atas partisipasi mereka dalam penelitian.

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Instrumen penelitian harus diuji terlebih dahulu sebelum digunakan dalam penelitian.

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrumen mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Contoh Uji Validitas

Misalnya variabel Kepuasan Pelanggan memiliki 4 item pertanyaan. Setelah dilakukan uji validitas dengan menggunakan SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6.2. Hasil Uji Validitas

Item Pertanyaan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	0,65	0,30	Valid
X2	0,72	0,30	Valid
X3	0,58	0,30	Valid
X4	0,21	0,30	Tidak Valid

Berdasarkan tabel tersebut, item pertanyaan X4 tidak valid karena nilai r hitung lebih kecil daripada r tabel. Oleh karena itu, item tersebut perlu diperbaiki atau dihapus dari instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen yang baik harus memiliki nilai *reliabilitas* yang tinggi. Jika nilai pada table *reliabilitas* yang bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur variabel penelitian. Instrumen yang reliabel akan memberikan hasil yang relatif sama apabila digunakan dalam kondisi yang serupa. Menurut Uma Sekaran (2020) *reliabilitas* menunjukkan tingkat konsistensi suatu instrumen dalam mengukur konsep yang sama pada waktu yang berbeda. Dalam penelitian

kuantitatif, uji *reliabilitas* umumnya dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha.

Kriteria pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 6.3 Ketentuan Uji Reliabilitas

Nilai Cronbach Alpha	Tingkat Reliabilitas
> 0,90	Sangat Reliabel
0,70 – 0,90	Reliabel
0,60 – 0,70	Cukup Reliabel
< 0,60	Tidak Reliabel

Instrumen penelitian dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70.

Contoh Uji Reliabilitas

Misalnya suatu variabel memiliki hasil pengujian reliabilitas sebagai berikut:

Tabel 6.4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,82	Reliabel

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik karena nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70.

Uji validitas dan reliabilitas merupakan langkah penting dalam proses penyusunan instrumen penelitian. Kedua pengujian ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten. Instrumen yang telah melalui proses uji validitas dan reliabilitas akan menghasilkan data yang lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Oleh karena itu, peneliti sangat dianjurkan untuk melakukan pengujian instrumen sebelum kuesioner digunakan dalam penelitian utama. Dengan demikian, instrumen

penelitian yang valid dan reliabel akan meningkatkan kualitas data penelitian serta memperkuat hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti.

H. Kesimpulan

Perancangan instrumen dan kuesioner penelitian merupakan salah satu tahapan penting dalam proses penelitian, karena kualitas data yang diperoleh sangat bergantung pada kualitas instrumen yang digunakan. Instrumen penelitian berfungsi sebagai alat untuk mengukur variabel penelitian sehingga data yang dihasilkan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan penelitian secara ilmiah.

Dalam penelitian kuantitatif, kuesioner menjadi instrumen yang paling banyak digunakan karena mampu mengumpulkan data secara sistematis, efisien, dan mudah dianalisis secara statistik. Kuesioner memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari banyak responden dalam waktu yang relatif singkat serta memberikan keseragaman dalam penyampaian pertanyaan kepada seluruh responden.

Proses penyusunan instrumen penelitian harus dilakukan secara sistematis dan terencana. Tahapan tersebut dimulai dari menentukan tujuan penelitian, mengidentifikasi variabel penelitian, menentukan indikator variabel, hingga menyusun butir-butir pertanyaan yang relevan dengan indikator tersebut. Setiap pertanyaan harus dirancang sedemikian rupa agar mampu merepresentasikan konsep yang diukur serta mudah dipahami oleh responden.

Selain itu, pemilihan skala pengukuran juga menjadi bagian penting dalam penyusunan kuesioner. Salah satu skala yang paling sering digunakan adalah skala Likert, yang memungkinkan peneliti mengukur sikap, persepsi, atau pendapat responden terhadap suatu pernyataan secara bertingkat. Penggunaan skala ini memberikan kemudahan dalam proses pengolahan dan analisis data karena jawaban responden dapat dikonversi menjadi data numerik.

Dalam menyusun pertanyaan kuesioner, peneliti juga perlu memperhatikan prinsip-prinsip penyusunan pertanyaan yang baik. Pertanyaan harus disusun dengan bahasa yang sederhana, jelas, dan tidak menimbulkan ambiguitas. Selain itu, peneliti perlu menghindari pertanyaan yang terlalu panjang, pertanyaan ganda, maupun pertanyaan yang dapat mempengaruhi jawaban responden.

Aspek lain yang tidak kalah penting adalah upaya untuk meminimalkan bias responden. Bias responden dapat terjadi ketika responden memberikan jawaban yang tidak mencerminkan kondisi sebenarnya, misalnya karena ingin memberikan kesan positif atau karena tidak memahami pertanyaan dengan baik. Oleh karena itu, peneliti perlu menyusun pertanyaan secara netral, menjaga kerahasiaan identitas responden, serta memberikan instruksi yang jelas agar responden dapat menjawab dengan jujur dan objektif.

Selain itu, sebelum instrumen digunakan dalam penelitian utama, peneliti perlu melakukan uji kualitas instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen benar-benar mampu mengukur variabel yang dimaksud, sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan konsistensi instrumen dalam menghasilkan data. Instrumen yang

valid dan reliabel akan menghasilkan data yang lebih akurat dan dapat dipercaya.

Dengan demikian, perancangan instrumen dan kuesioner penelitian tidak hanya sekadar menyusun daftar pertanyaan, tetapi merupakan proses ilmiah yang membutuhkan pemahaman teori, ketelitian, serta perencanaan yang matang. Instrumen yang dirancang dengan baik akan memberikan kontribusi besar terhadap keberhasilan penelitian, karena data yang dihasilkan menjadi dasar utama dalam proses analisis dan penarikan kesimpulan.

Oleh karena itu, setiap peneliti perlu memberikan perhatian yang serius terhadap tahap perancangan instrumen penelitian. Instrumen yang baik tidak hanya mampu mengukur variabel penelitian secara tepat, tetapi juga mampu meminimalkan kesalahan pengukuran serta meningkatkan kepercayaan terhadap hasil penelitian yang dihasilkan.



BAB VII

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN

(Memastikan kuesioner yang dibuat benar-benar akurat dan konsisten)

Dede Pramurza, S.E., M.Ak

STIE Sakti Alam Kerinci

A. Pendahuluan

Instrumen penelitian memegang peranan sentral dalam penelitian sebagai sarana utama memperoleh data empiris. Ketepatan dan konsistensi data sangat bergantung pada kualitas instrumen, sehingga penyusunannya harus melalui proses perancangan dan pengujian yang sistematis. Dalam metodologi penelitian, kualitas instrumen dievaluasi melalui dua kriteria utama, yaitu validitas dan reliabilitas, untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan benar-benar mencerminkan fenomena yang diteliti secara objektif (Sekaran & Bougie, 2016; Creswell, 2014).

Validitas menekankan ketepatan pengukuran, yaitu sejauh mana instrumen mampu merepresentasikan konstruk penelitian. Dalam perkembangan teori pengukuran, validitas tidak hanya dipahami sebagai kesesuaian isi, tetapi sebagai proses evaluasi yang didukung bukti empiris dan dasar teoritis. Hal ini menempatkan validitas sebagai elemen kunci dalam menjaga akurasi data serta mencegah bias penelitian (Hair et al., 2021; Creswell, 2014).

Validitas dan reliabilitas merupakan konsep yang saling berkaitan namun tidak dapat dipertukarkan. Validitas berfokus pada ketepatan, sedangkan reliabilitas pada konsistensi hasil pengukuran. Konsistensi tanpa ketepatan tidak memiliki makna ilmiah, sehingga instrumen yang reliabel belum tentu valid, tetapi instrumen yang valid cenderung menghasilkan data yang konsisten. Pemahaman ini penting dalam penyusunan kuesioner agar setiap item tidak hanya stabil, tetapi juga benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud secara akurat (Nunnally, 1978; Hair et al., 2021).

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan melalui berbagai pendekatan metodologis, seperti validitas isi, konstruk, dan kriteria, serta uji reliabilitas seperti test-retest, Cronbach Alpha, dan Structural Equation Modeling (SEM). Proses ini memerlukan pembuktian empiris melalui uji coba, revisi, dan evaluasi statistik. Instrumen yang tidak diuji secara memadai berpotensi menghasilkan data bias dan menurunkan kredibilitas penelitian, sehingga penguasaan konsep dan penerapan pengujian menjadi bagian integral dalam menghasilkan data yang akurat dan konsisten (Sekaran & Bougie, 2016; Creswell, 2014; Hair et al., 2021; Cheng & Chen, 2020; Chen et al., 2016; Lee & Jeon, 2021).

B. Konsep Validitas Instrumen

Validitas merupakan aspek fundamental dalam evaluasi kualitas instrumen penelitian yang berkaitan dengan ketepatan pengukuran terhadap konstruk yang diteliti. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila mampu merepresentasikan konsep teoritis secara akurat, sehingga data yang dihasilkan benar-benar

mencerminkan fenomena yang diukur. Dalam metodologi penelitian modern, validitas tidak hanya dipahami sebagai kesesuaian antara item dengan variabel, tetapi sebagai proses evaluasi yang melibatkan bukti empiris dan landasan teoritis untuk mendukung interpretasi hasil pengukuran (Sekaran & Bougie, 2016; Creswell, 2014; Hair et al., 2021).

Ketepatan dalam validitas sangat ditentukan oleh kesesuaian antara indikator dengan konstruk laten yang mendasarinya. Hal ini menunjukkan bahwa penyusunan kuesioner tidak cukup hanya berdasarkan intuisi, tetapi harus mengacu pada teori yang jelas dan definisi operasional yang tepat. Dalam praktik penelitian, validitas menjadi langkah awal yang harus dipenuhi sebelum pengujian reliabilitas dilakukan, karena pengukuran yang tidak tepat tidak akan memiliki makna ilmiah meskipun menghasilkan data yang konsisten (Nunnally, 1978; Hair et al., 2021).

Validitas juga memiliki sifat multidimensional yang mencakup berbagai bentuk pengujian, seperti validitas isi, konstruk, dan kriteria. Setiap jenis validitas memberikan perspektif yang berbeda dalam menilai kualitas instrumen, sehingga penggunaan beberapa pendekatan secara simultan diperlukan untuk memastikan bahwa kuesioner benar-benar mengukur variabel yang dimaksud. Pendekatan ini menjadi penting dalam penelitian yang melibatkan konstruk laten yang tidak dapat diukur secara langsung (Sekaran & Bougie, 2016).

Dalam penelitian berbasis kuesioner, validitas berperan dalam memastikan bahwa setiap item pertanyaan memiliki relevansi dan ketepatan dalam mengukur variabel penelitian. Kuesioner yang tidak

valid berpotensi menghasilkan data yang bias dan menyesatkan, sehingga dapat mempengaruhi hasil analisis dan kesimpulan penelitian. Oleh karena itu, pengujian validitas menjadi bagian penting dalam menjamin bahwa data yang diperoleh benar-benar akurat dan dapat digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan ilmiah (Hair et al., 2021; Creswell, 2014).

C. Jenis-Jenis Validitas

Validitas instrumen terdiri dari beberapa jenis yang digunakan untuk mengevaluasi ketepatan pengukuran dari berbagai perspektif. Klasifikasi ini penting dalam penelitian kuesioner untuk memastikan bahwa setiap item tidak hanya relevan secara teoritis, tetapi juga mampu merepresentasikan konstruk secara akurat. Penggunaan berbagai jenis validitas secara simultan memungkinkan peneliti memperoleh instrumen yang benar-benar mencerminkan variabel penelitian (Sekaran & Bougie, 2016; Hair et al., 2021).

Validitas isi berkaitan dengan kesesuaian antara item kuesioner dengan seluruh dimensi konstruk yang diukur. Instrumen dikatakan memiliki validitas isi yang baik apabila setiap item mampu mencerminkan aspek penting dari variabel penelitian. Penilaian ini umumnya dilakukan melalui expert judgment dan sangat bergantung pada ketepatan perumusan indikator berbasis teori, sehingga tahap ini menjadi krusial dalam menjaga kualitas instrumen (Sekaran & Bougie, 2016; Colton & Covert, 2021).

Validitas konstruk menguji sejauh mana indikator dalam kuesioner merepresentasikan konstruk laten yang tidak dapat diukur secara langsung. Pengujian ini dilakukan melalui pendekatan statistik

seperti factor analysis atau Structural Equation Modeling (SEM), yang mencakup validitas konvergen dan diskriminan. Validitas konstruk menjadi aspek utama dalam penelitian modern karena berkaitan langsung dengan ketepatan pengukuran variabel (Hair et al., 2021; Cheng & Chen, 2020; Chen et al., 2016).

Validitas kriteria mengacu pada kemampuan instrumen dalam menunjukkan hubungan dengan ukuran eksternal yang relevan sebagai pembanding. Pendekatan ini meliputi concurrent validity (hubungan pada waktu yang sama) dan predictive validity (kemampuan memprediksi kondisi masa depan), sehingga memberikan bukti empiris mengenai kegunaan praktis instrumen (Sekaran & Bougie, 2016; Hair et al., 2021).

Sebagai bagian dari validitas konstruk, validitas konvergen menunjukkan bahwa indikator dalam satu konstruk memiliki hubungan yang kuat, sedangkan validitas diskriminan memastikan bahwa konstruk berbeda satu sama lain dan tidak terjadi tumpang tindih pengukuran. Kedua aspek ini penting untuk menjamin kejelasan dan ketepatan pengukuran antar variabel dalam kuesioner (Hair et al., 2021).

D. Metode Pengujian Validitas

1. Uji Validitas Korelasi Item-Total (Pearson Correlation)

Uji validitas menggunakan korelasi Pearson, khususnya dalam pengujian item kuesioner. Metode ini mengukur hubungan antara skor setiap item dengan skor total variabel. Item dinyatakan valid apabila memiliki korelasi yang signifikan dan bernilai positif terhadap skor total.

$$r_{xy} = \frac{\sum (X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum (X - \bar{X})^2 \sum (Y - \bar{Y})^2}}$$

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

X = skor item

Y = skor total

$\bar{X}, \bar{Y}$ = rata-rata

Dalam praktiknya, nilai koefisien korelasi dibandingkan dengan nilai kritis (r tabel) atau menggunakan nilai signifikansi (p-value). Item dinyatakan valid apabila nilai korelasi lebih besar dari nilai kritis atau memiliki signifikansi di bawah tingkat yang ditentukan (misalnya 0,05). Pendekatan ini banyak digunakan karena sederhana dan efektif dalam mengevaluasi kualitas item instrumen (Creswell, 2014; Sekaran & Bougie, 2016).

2. Uji Validitas Konstruk (Factor Analysis / SEM)

Dalam penelitian yang melibatkan variabel laten, pengujian validitas konstruk dilakukan menggunakan analisis faktor atau *Structural Equation Modeling (SEM)*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengevaluasi hubungan antara indikator dan konstruk secara simultan.

Salah satu indikator utama dalam validitas konstruk adalah nilai factor loading, yang menunjukkan kekuatan hubungan antara indikator dengan konstruknya. Secara umum, nilai loading $\geq 0,70$ dianggap menunjukkan validitas yang baik, meskipun dalam penelitian eksploratif nilai $\geq 0,50$ masih dapat diterima (Hair et al., 2021; Kline, 2016). Oleh karena itu,

metode ini banyak digunakan dalam penelitian modern yang berbasis model pengukuran.

3. Uji Validitas Konvergen (Average Variance Extracted / AVE)

Validitas konvergen mengukur sejauh mana indikator dalam satu konstruk memiliki kesamaan atau konsistensi dalam menjelaskan variabel laten. Salah satu ukuran yang digunakan adalah Average Variance Extracted (AVE).

$$AVE = (\sum \lambda^2) / n$$

Keterangan:

λ = factor loading

n = jumlah indikator

Nilai AVE $\geq 0,50$ menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari 50% varians indikatornya, sehingga dapat dianggap memiliki validitas konvergen yang baik. Jika nilai AVE rendah, maka indikator dalam konstruk tersebut perlu dievaluasi atau dihapus (Hair et al., 2021).

4. Uji Validitas Isi (Content Validity Ratio / CVR)

Validitas isi biasanya diuji melalui penilaian para ahli (expert judgment), yang kemudian dianalisis secara kuantitatif menggunakan Content Validity Ratio (CVR).

$$CVR = (n_e - N/2) / (N/2)$$

Keterangan:

n_e = jumlah ahli yang menyatakan item “esensial”

N = jumlah total ahli

Nilai CVR digunakan untuk menentukan apakah suatu item layak dipertahankan dalam instrumen. Semakin tinggi nilai CVR, semakin tinggi tingkat kesepakatan para ahli terhadap

relevansi item tersebut. Pendekatan ini sangat penting pada tahap awal pengembangan instrumen (Colton & Covert, 2021).

5. Interpretasi Hasil Uji Validitas

Interpretasi hasil uji validitas dilakukan dengan mengacu pada kriteria tertentu yang telah ditetapkan dalam literatur metodologi penelitian. Secara umum:

Korelasi item-total → signifikan dan positif

Factor loading → $\geq 0,70$

AVE → $\geq 0,50$

CVR → sesuai nilai minimum berdasarkan jumlah ahli

Instrumen yang tidak memenuhi kriteria tersebut perlu direvisi atau dihapus agar tidak mengganggu kualitas data penelitian. Proses ini menunjukkan bahwa pengujian validitas bersifat iteratif dan memerlukan evaluasi berkelanjutan untuk menghasilkan instrumen yang optimal (Hair et al., 2021; Creswell, 2014).

6. Integrasi Metode Pengujian Validitas

Pengujian validitas tidak sebaiknya dilakukan hanya dengan satu metode, melainkan melalui kombinasi beberapa pendekatan untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif. Penggunaan korelasi item-total dapat digunakan pada tahap awal, sedangkan analisis faktor dan SEM digunakan untuk pengujian lanjutan yang lebih kompleks.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa penggunaan multi-metode dalam pengujian validitas mampu meningkatkan kualitas instrumen secara signifikan. Instrumen yang telah melalui berbagai tahap pengujian cenderung menghasilkan data yang lebih akurat dan

dapat dipercaya, sehingga memberikan kontribusi yang lebih kuat terhadap pengembangan ilmu pengetahuan (Cheng & Chen, 2020; Chen et al., 2016; Wang et al., 2021; Liew et al., 2017).

E. Konsep Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas merupakan konsep utama dalam evaluasi kualitas instrumen penelitian yang berkaitan dengan konsistensi hasil pengukuran. Dalam penelitian berbasis kuesioner, reliabilitas menunjukkan sejauh mana instrumen mampu menghasilkan jawaban yang stabil dalam kondisi yang relatif sama, sehingga data yang diperoleh tidak bersifat fluktuatif atau acak, melainkan mencerminkan pola yang konsisten dan dapat dipercaya (Sekaran & Bougie, 2016; Creswell, 2014).

Kuesioner sebagai alat pengumpulan data rentan terhadap berbagai sumber kesalahan, baik dari responden maupun dari konstruksi instrumen, seperti perbedaan pemahaman, ambiguitas item, dan ketidakkonsistenan respons. Dalam perspektif teori pengukuran klasik, reliabilitas berkaitan dengan kemampuan instrumen dalam meminimalkan kesalahan acak (random error), sehingga menghasilkan skor yang relatif stabil dalam pengukuran berulang. Hal ini mencerminkan bahwa reliabilitas tidak hanya menunjukkan kualitas teknis instrumen, tetapi juga kestabilan data yang dihasilkan (Nunnally, 1978; Hair et al., 2021).

Pengujian reliabilitas dalam kuesioner umumnya difokuskan pada konsistensi internal antar item dalam satu konstruk. Setiap item diharapkan saling berkorelasi karena mengukur variabel yang sama, sehingga mampu memberikan gambaran yang utuh terhadap

konstruk yang diteliti. Item yang tidak konsisten perlu dievaluasi, diperbaiki, atau dihapus karena dapat menurunkan kualitas keseluruhan instrumen (Hair et al., 2021).

Reliabilitas memiliki keterkaitan yang erat dengan validitas dalam memastikan kualitas instrumen penelitian. Reliabilitas menjamin konsistensi hasil, sedangkan validitas memastikan ketepatan pengukuran. Instrumen yang reliabel namun tidak valid akan menghasilkan data yang konsisten tetapi tidak bermakna, sedangkan instrumen yang valid namun tidak reliabel akan menghasilkan data yang tidak stabil. Oleh karena itu, kedua aspek ini harus dipenuhi secara simultan agar kuesioner benar-benar mampu menghasilkan data yang akurat dan konsisten (Nunnally, 1978; Hair et al., 2021).

F. Jenis-Jenis Reliabilitas Instrumen

1. Reliabilitas Test-Retest (Stability Reliability)

Reliabilitas test-retest mengukur konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu dengan memberikan kuesioner yang sama kepada responden yang sama dalam dua periode berbeda. Instrumen dikatakan reliabel apabila menunjukkan korelasi yang tinggi antar hasil pengukuran. Metode ini memastikan stabilitas jawaban responden, meskipun perlu mempertimbangkan kemungkinan perubahan kondisi responden atau efek ingatan (Creswell, 2014).

2. Reliabilitas Konsistensi Internal (Internal Consistency)

Reliabilitas konsistensi internal mengukur sejauh mana item-item dalam satu konstruk memiliki konsistensi dalam

mengukur variabel yang sama. Item yang baik harus saling berkorelasi karena merepresentasikan konstruk yang sama, sehingga mampu memberikan hasil yang konsisten. Pengujian ini umumnya menggunakan koefisien Cronbach Alpha, di mana nilai yang tinggi menunjukkan konsistensi antar item yang baik (Nunnally, 1978; Hair et al., 2021).

3. Reliabilitas Parallel Forms (Equivalence Reliability)

Reliabilitas bentuk paralel mengukur konsistensi antara dua instrumen berbeda yang dirancang untuk mengukur konstruk yang sama. Metode ini bertujuan memastikan bahwa perbedaan bentuk instrumen tidak mempengaruhi hasil pengukuran, meskipun dalam praktiknya jarang digunakan karena kesulitan menyusun instrumen yang benar-benar ekuivalen (Sekaran & Bougie, 2016).

4. Reliabilitas Split-Half

Reliabilitas split-half mengukur konsistensi internal dengan membagi instrumen menjadi dua bagian dan membandingkan hasilnya. Instrumen dianggap reliabel jika kedua bagian menghasilkan skor yang serupa. Metode ini merupakan pendekatan sederhana, namun hasilnya dapat dipengaruhi oleh cara pembagian item sehingga memerlukan penyesuaian statistik (Creswell, 2014).

5. Reliabilitas Inter-Rater (Inter-Observer Reliability)

Reliabilitas inter-rater mengukur konsistensi hasil penilaian antara dua atau lebih penilai. Meskipun lebih umum digunakan dalam penelitian observasional, konsep ini juga relevan dalam kuesioner yang melibatkan penilaian subjektif,

karena menunjukkan tingkat kesepakatan antar penilai dalam menghasilkan data yang konsisten (Hair et al., 2021).

6. Pemilihan Jenis Reliabilitas dalam Penelitian Kuesioner

Pemilihan jenis reliabilitas harus disesuaikan dengan tujuan penelitian dan karakteristik instrumen. Dalam penelitian kuesioner, konsistensi internal menjadi pendekatan utama, sementara test-retest digunakan untuk menguji stabilitas waktu, dan metode lain sebagai pelengkap. Penggunaan berbagai pendekatan secara simultan menghasilkan evaluasi yang lebih komprehensif, sehingga instrumen mampu menghasilkan data yang stabil dan dapat dipercaya (Hair et al., 2021; Chen et al., 2016; Wang et al., 2021; Liew et al., 2017).

G. Metode Pengujian Reliabilitas Instrumen

1. Uji Reliabilitas Konsistensi Internal (Cronbach Alpha)

Pendekatan yang paling umum digunakan dalam penelitian kuesioner adalah uji reliabilitas konsistensi internal menggunakan koefisien Cronbach Alpha,

$$\alpha = k / (k - 1) \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

α = koefisien reliabilitas

k = jumlah item

σ_i^2 = varians masing-masing item

σ_t^2 = varians total

Nilai α berkisar 0–1; $\geq 0,70$ umumnya reliabel, $\geq 0,60$ masih dapat diterima pada penelitian eksploratif, sedangkan nilai

>0,90 dapat mengindikasikan redundansi item (Nunnally, 1978; Hair et al., 2021).

2. Uji Reliabilitas Test-Retest

Metode ini mengukur stabilitas dari waktu ke waktu dengan membandingkan hasil pengukuran pada dua periode berbeda menggunakan korelasi.

$$r = \frac{\sum (X_1 - \bar{X}_1)(X_2 - \bar{X}_2)}{\sqrt{\sum (X_1 - \bar{X}_1)^2 \sum (X_2 - \bar{X}_2)^2}}$$

Keterangan:

X_1 = skor pada pengukuran pertama

X_2 = skor pada pengukuran kedua

Korelasi tinggi menunjukkan stabilitas yang baik, meskipun hasil dapat dipengaruhi oleh perubahan kondisi responden atau efek ingatan (Creswell, 2014).

3. Uji Reliabilitas Split-Half

Metode split-half mengukur konsistensi internal dengan cara membagi item dalam kuesioner menjadi dua bagian, kemudian membandingkan hasil dari kedua bagian tersebut.

$$r_{sb} = 2r / (1 + r)$$

Keterangan:

r = korelasi antara dua bagian

r_{sb} = reliabilitas setelah koreksi Spearman-Brown

Metode ini cepat digunakan, namun sensitif terhadap cara pembagian item (Creswell, 2014).

4. Composite Reliability (SEM/PLS)

Dalam SEM, reliabilitas diukur menggunakan Composite Reliability (CR), yang mempertimbangkan bobot indikator.

$$CR = \frac{\sum \lambda^2}{\sum \lambda^2 + \sum (1 - \lambda^2)}$$

Keterangan:

λ = factor loading

Nilai CR $\geq 0,70$ menunjukkan reliabilitas yang baik dan dianggap lebih representatif dalam model konstruk laten (Hair et al., 2021).

5. Interpretasi Hasil Uji Reliabilitas

Interpretasi dilakukan berdasarkan kriteria umum:

Cronbach Alpha $\geq 0,70 \rightarrow$ reliabel

Composite Reliability $\geq 0,70 \rightarrow$ reliabel

Test-retest $\rightarrow$ korelasi tinggi (stabil)

Split-half $\rightarrow$ konsisten

Instrumen yang tidak memenuhi kriteria perlu direvisi dengan memperbaiki atau menghapus item yang tidak konsisten. Proses ini bersifat iteratif dalam pengembangan instrumen (Hair et al., 2021; Nunnally, 1978).

6. Integrasi Metode Pengujian Reliabilitas

Pengujian reliabilitas sebaiknya menggunakan kombinasi metode untuk memperoleh hasil yang komprehensif, seperti Cronbach Alpha untuk konsistensi internal, test-retest untuk stabilitas waktu, dan CR untuk model SEM. Pendekatan multi-metode terbukti meningkatkan kualitas instrumen, sehingga data yang dihasilkan lebih stabil dan dapat dipercaya (Chen et al., 2016; Wang et al., 2021; Liew et al., 2017).

H. Hubungan Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas merupakan dua konsep utama dalam evaluasi kualitas instrumen penelitian yang saling berkaitan namun memiliki karakteristik berbeda. Validitas berkaitan dengan ketepatan pengukuran, yaitu sejauh mana instrumen mampu mengukur konstruk yang seharusnya diukur, sedangkan reliabilitas berkaitan dengan konsistensi hasil pengukuran dalam kondisi yang relatif sama. Kedua aspek ini saling melengkapi dalam memastikan bahwa kuesioner mampu menghasilkan data yang akurat dan dapat dipercaya (Sekaran & Bougie, 2016; Creswell, 2014).

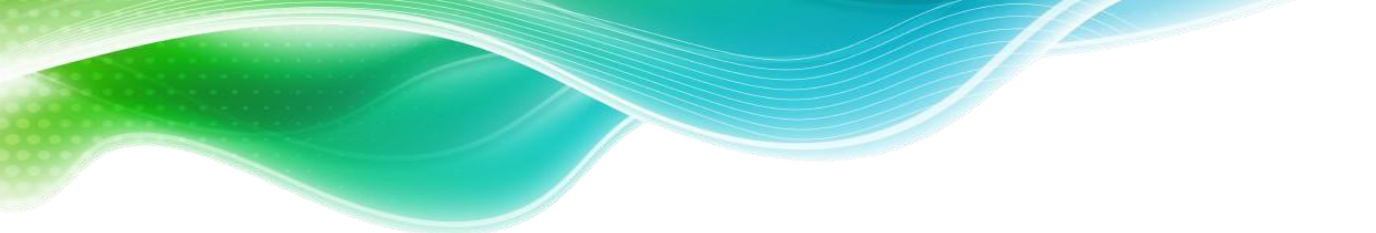
Dalam penelitian berbasis kuesioner, hubungan ini tercermin pada kualitas data yang dihasilkan. Kuesioner yang reliabel menghasilkan jawaban yang konsisten, tetapi jika tidak valid maka data tersebut tidak bermakna. Sebaliknya, kuesioner yang valid namun tidak reliabel akan menghasilkan data yang tidak stabil. Dengan demikian, kedua aspek harus dipenuhi secara simultan agar instrumen benar-benar berkualitas (Hair et al., 2021).

I. Implementasi

Implikasi utama terlihat pada tahap pengumpulan dan analisis data. Validitas memastikan bahwa setiap item kuesioner merepresentasikan konstruk yang diukur, sedangkan reliabilitas menjamin stabilitas jawaban responden. Kombinasi keduanya menghasilkan data yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi dan menjadi dasar yang kuat dalam penerapan berbagai teknik analisis statistik, termasuk metode kompleks seperti Structural Equation

Modeling (SEM), serta meminimalkan risiko kesalahan interpretasi (Hair et al., 2021).

Validitas dan reliabilitas juga berperan dalam menjaga integritas ilmiah serta mendukung replikasi penelitian. Instrumen yang tidak teruji berpotensi menghasilkan data bias dan menurunkan kredibilitas penelitian, sedangkan instrumen yang reliabel memungkinkan penelitian diulang dalam kondisi berbeda dengan hasil yang relatif konsisten, sehingga memperkuat validitas eksternal dan perkembangan ilmu pengetahuan (Sekaran & Bougie, 2016; Creswell, 2014).



BAB VIII

POPULASI, SAMPEL DAN TEKNIK SAMPLING

(Cara menentukan target responden yang tepat dalam dunia bisnis)

Reni Wijaya, M.Si.

AMIK JAYANUSA

A. Populasi

1. Pengertian Populasi

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2013), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Menurut Nazir Moh, populasi adalah kumpulan individu dengan kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan oleh peneliti sebagai objek penelitian. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa populasi adalah seluruh individu atau objek yang menjadi sasaran penelitian sesuai dengan karakteristik tertentu.

2. Karakteristik Populasi

Dalam penelitian, populasi memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

- a. Memiliki jumlah tertentu. Populasi memiliki ukuran yang dapat dihitung atau diperkirakan.

- b. Memiliki karakteristik yang sama. Anggota populasi memiliki kesamaan dalam aspek tertentu sesuai tujuan penelitian.
- c. Menjadi sumber data penelitian. Populasi merupakan sumber utama untuk memperoleh data yang akan dianalisis.

3. Jenis-Jenis Populasi

a. Populasi Berdasarkan Jumlahnya

- 1) Populasi Terbatas (Finite Population). Populasi yang jumlahnya diketahui secara pasti. Contoh: 500 pelanggan tetap sebuah toko.
- 2) Populasi Tidak Terbatas (Infinite Population). Populasi yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti atau sangat besar. Contoh: seluruh pengguna internet di Indonesia.

b. Populasi Berdasarkan Sifatnya

- 1) Populasi Homogen. Populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama. Contoh: Seluruh mahasiswa dalam satu program studi.
- 2) Populasi Heterogen. Populasi yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Contoh: Penduduk suatu kota yang memiliki latar belakang pendidikan, pekerjaan, dan usia yang berbeda.

4. Populasi dalam Penelitian

Dalam penelitian, populasi sangat penting karena menjadi dasar dalam menentukan sampel penelitian. Peneliti sering kali tidak dapat meneliti seluruh populasi karena

keterbatasan waktu, biaya, dan tenaga, sehingga digunakan sampel yang mewakili populasi. Menurut Sugiyono, populasi dalam penelitian tidak hanya terdiri dari orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang menjadi fokus penelitian.

5. Contoh Populasi dalam Penelitian

Beberapa contoh populasi dalam penelitian antara lain:

- a. Seluruh mahasiswa di sebuah perguruan tinggi.
- b. Seluruh pelanggan suatu perusahaan.
- c. Seluruh guru di sebuah sekolah.
- d. Seluruh masyarakat di suatu daerah.
- e. Seluruh pelaku UMKM di suatu kota.

Misalnya dalam penelitian tentang kepuasan mahasiswa terhadap pelayanan akademik, maka populasinya adalah seluruh mahasiswa di universitas tersebut.

B. Sampel

1. Pengertian Sampel

Menurut Sugiyono, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Menurut Suharsimi Arikunto, sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Sedangkan menurut Nanang Martono (2011), sampel merupakan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi secara keseluruhan.

Dengan demikian, sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan populasi. Pengambilan sampel dilakukan agar penelitian lebih efisien dari segi waktu, biaya, dan tenaga, namun tetap mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai populasi.

2. Syarat Sampel yang Baik

Agar sampel dapat mewakili populasi dengan baik, maka sampel harus memenuhi beberapa syarat berikut:

- a. Representatif. Sampel harus mampu mewakili seluruh karakteristik populasi.
- b. Jumlah yang cukup. Ukuran sampel harus memadai agar hasil penelitian dapat dipercaya.
- c. Dipilih secara objektif. Pemilihan sampel harus dilakukan dengan metode yang jelas dan tidak bias.
- d. Memiliki kesesuaian dengan tujuan penelitian. Sampel harus relevan dengan variabel yang diteliti.

C. Teknik Sampling

1. Pengertian Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk memilih sebagian anggota populasi yang akan dijadikan sampel dalam suatu penelitian. Teknik sampling sangat penting karena menentukan apakah sampel yang dipilih dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Menurut Sugiyono (2017), teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian.

Menurut Suharsimi Arikunto (2013), teknik sampling merupakan cara yang digunakan untuk mengambil sampel dari suatu populasi sehingga sampel tersebut dapat mewakili populasi yang diteliti. Sedangkan menurut Nanang Martono (2011), teknik sampling adalah metode yang digunakan untuk menentukan bagian dari populasi yang akan dijadikan sampel penelitian.

2. Tujuan Teknik Sampling

Penggunaan teknik sampling dalam penelitian memiliki beberapa tujuan, antara lain:

1. Mempermudah peneliti dalam pengumpulan data.
2. Menghemat waktu, biaya, dan tenaga.
3. Memungkinkan penelitian pada populasi yang sangat besar.
4. Mendapatkan data yang lebih akurat dan efisien.
5. Memperoleh gambaran populasi melalui sampel yang mewakili.

3. Jenis-Jenis Teknik Sampling

Secara umum teknik sampling dibagi menjadi dua:

- a. Probability Sampling. Probability sampling adalah Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih.
 - 1) Simple Random Sampling. Simple random sampling adalah teknik pengambilan sampel secara acak tanpa memperhatikan strata atau kelompok dalam populasi. Contoh bisnis: Memilih 100 pelanggan secara acak dari database pelanggan.

- 2) Stratified Random Sampling. Stratified random sampling adalah teknik pengambilan sampel dari populasi yang dibagi menjadi beberapa kelompok atau strata berdasarkan karakteristik tertentu. Contoh bisnis: Membagi pelanggan berdasarkan usia (remaja, dewasa, lansia), lalu mengambil sampel dari masing-masing kelompok.
 - 3) Cluster Sampling. Cluster sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kelompok wilayah atau area. Contoh bisnis: Meneliti kepuasan pelanggan berdasarkan cabang toko di beberapa kota.
 - 4) Systematic Sampling. Systematic sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan urutan tertentu. Contoh: Jika terdapat 200 populasi dan peneliti ingin mengambil 20 sampel, maka setiap elemen ke-10 dapat dipilih sebagai sampel.
- b. Non-Probability Sampling. Non probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang sama bagi setiap anggota populasi.
- 1) Purposive Sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu. Contoh bisnis: Hanya memilih pelanggan yang sudah bertransaksi minimal 3 kali dalam 6 bulan terakhir.

- 2) Accidental Sampling. Accidental sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti. Contoh bisnis: Memberikan kuesioner kepada pelanggan yang datang hari itu.
- 3) Quota Sampling. Quota sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan jumlah tertentu sesuai kategori. Contoh bisnis: Menetapkan 50 responden pria dan 50 responden wanita.
- 4) Snowball Sampling. Snowball sampling adalah teknik pengambilan sampel yang dimulai dari beberapa responden kemudian berkembang melalui rekomendasi responden lain. Contoh: Penelitian tentang komunitas tertentu yang sulit ditemukan.

D. Cara Menentukan Target Responden yang Tepat dalam Dunia Bisnis

Dalam dunia bisnis, menentukan target responden sangat penting agar data yang diperoleh relevan dan dapat digunakan untuk pengambilan keputusan. Berikut langkah-langkahnya:

1. Menentukan Tujuan Penelitian

Misalnya:

- a. Mengukur kepuasan pelanggan
- b. Menilai efektivitas promosi
- c. Menguji minat beli produk baru

Tujuan akan menentukan siapa yang harus menjadi responden.

2. Menentukan Populasi yang Relevan

Contoh:

- a. Jika ingin mengukur kepuasan → populasi adalah pelanggan aktif.
- b. Jika ingin mengetahui minat produk baru → populasi adalah calon pelanggan potensial.

3. Menentukan Kriteria Responden

Gunakan pendekatan segmentasi pasar:

- a. Demografis (usia, jenis kelamin, pendapatan)
- b. Geografis (wilayah tempat tinggal)
- c. Psikografis (gaya hidup)
- d. Perilaku (frekuensi pembelian)

4. Menentukan Teknik Sampling

Pilih teknik sesuai kondisi:

- a. Database lengkap → gunakan random sampling.
- b. Ingin responden spesifik → gunakan purposive sampling.
- c. Survei cepat → gunakan accidental sampling.

5. Menentukan Ukuran Sampel

- a. Tujuan Menentukan Ukuran Sampel.

Menentukan ukuran sampel bertujuan untuk:

- 1) Memperoleh data yang representatif dari populasi.
- 2) Menghemat waktu, biaya, dan tenaga penelitian.
- 3) Mengurangi kesalahan dalam pengambilan data.
- 4) Mempermudah proses analisis data penelitian.

Beberapa pendekatan yang umum digunakan:

1) Rumus Slovin

Rumus Slovin digunakan untuk menentukan jumlah sampel dari suatu populasi ketika peneliti tidak mengetahui secara pasti varians populasi, tetapi menginginkan tingkat kesalahan tertentu (margin of error). Rumus Slovin sering digunakan dalam penelitian statistika dan metode penelitian untuk menentukan jumlah responden yang representatif dari populasi.

Rumus Slovin menurut Taro Yamane adalah:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

1= konstanta

e = tingkat kesalahan

Biasanya tingkat kesalahan yang digunakan:

- 10% (0,1)
- 5% (0,05)
- 1% (0,01)

Contoh Soal

Seorang peneliti ingin meneliti kepuasan pelanggan terhadap pelayanan sebuah perusahaan. Jumlah pelanggan yang tercatat sebanyak 500 orang. Peneliti menetapkan tingkat kesalahan 10% (0,1).

Tentukan jumlah sampel yang harus diambil!

Diketahui

$N = 500$

$e = 10\% = 0,1$

Penyelesaian

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\n &= \frac{500}{1 + 500(0,1)^2} \\n &= \frac{500}{1 + 500(0,01)} \\n &= \frac{500}{1 + 5} \\n &= \frac{500}{6} \\n &= 83,33\end{aligned}$$

Hasil

Jumlah sampel dibulatkan menjadi 83 responden. Artinya dari 500 populasi, cukup diambil 83 orang sebagai responden penelitian.

2) Menggunakan Tabel Krejcie dan Morgan

Tabel ini digunakan untuk menentukan jumlah sampel berdasarkan jumlah populasi dengan tingkat kepercayaan 95%. Metode ini banyak digunakan dalam penelitian sosial dan pendidikan. Tabel ini dikembangkan oleh Robert V. Krejcie dan Daryle W. Morgan. Contoh:

- Populasi 100 → Sampel 80
- Populasi 500 → Sampel 217
- Populasi 1000 → Sampel 278

b. Faktor yang Mempengaruhi Ukuran Sampel

Beberapa faktor yang mempengaruhi besar kecilnya ukuran sampel antara lain:

- 1) Ukuran Populasi. Semakin besar populasi maka biasanya semakin besar pula jumlah sampel yang diperlukan.
- 2) Tingkat Kesalahan (Margin of Error). Margin of error menunjukkan tingkat kesalahan yang dapat ditoleransi dalam penelitian.
- 3) Tingkat Kepercayaan (Confidence Level). Biasanya digunakan tingkat kepercayaan 90%, 95%, atau 99%.
- 4) Variasi Data dalam Populasi. Semakin besar variasi data maka diperlukan sampel yang lebih besar.
- 5) Teknik Pengambilan Sampel. Teknik sampling yang digunakan juga mempengaruhi jumlah sampel.

E. Pentingnya Sampling yang Tepat dalam Bisnis

1. Mengurangi biaya penelitian
2. Menghemat waktu
3. Menghasilkan data yang representatif
4. Mengurangi bias
5. Membantu pengambilan keputusan strategis

Sampling yang salah dapat menyebabkan:

1. Data tidak akurat
2. Strategi pemasaran gagal
3. Produk tidak sesuai kebutuhan pasar

F. Contoh Kasus Dunia Bisnis

Sebuah kafe di Padang ingin mengetahui tingkat kepuasan pelanggan.

Langkah:

1. Populasi: seluruh pelanggan 3 bulan terakhir (1.200 orang).
2. Gunakan rumus Slovin → diperoleh ± 300 responden.
3. Gunakan stratified sampling berdasarkan waktu kunjungan (pagi, siang, malam).
4. Hasil digunakan untuk memperbaiki pelayanan.

G. Kesimpulan

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang menjadi sasaran penelitian, sedangkan sampel adalah bagian dari populasi yang mewakili karakteristik tertentu. Teknik sampling dibagi menjadi probability sampling dan non-probability sampling. Dalam dunia bisnis, penentuan target responden yang tepat sangat penting agar data yang diperoleh akurat dan relevan dengan tujuan penelitian. Pemilihan teknik sampling harus disesuaikan dengan tujuan penelitian, karakteristik populasi, serta ketersediaan sumber daya. Sampling yang tepat akan menghasilkan keputusan bisnis yang lebih efektif dan strategis.



BAB IX

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

(Metode Praktis Mengambil Data Dilapangan)

Ratnawati Rafliis, S.E., M.M., Ak., CA.

Universitas Dharma Andalas

A. Pendahuluan

Pada era saat ini perilaku konsumen masih menjadi topik dan kajian Pengumpulan data dilakukan setelah masalah penelitian dan desain penelitian ditetapkan. Dalam menentukan metode yang digunakan, peneliti perlu mempertimbangkan dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang dikumpulkan langsung oleh peneliti untuk pertama kali sehingga bersifat asli. Sementara itu, data sekunder merupakan data yang sudah dikumpulkan oleh pihak lain dan biasanya telah melalui proses analisis statistik.

Peneliti harus menentukan jenis data yang akan digunakan karena hal ini akan memengaruhi metode pengumpulan data yang dipilih. Metode pengumpulan data primer berbeda dengan data sekunder, karena data primer dikumpulkan secara langsung, sedangkan data sekunder hanya dikompilasi dari sumber yang sudah ada. Setiap metode pengumpulan data memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

Dalam penelitian eksperimen, data primer dikumpulkan langsung selama pelaksanaan percobaan. Sementara itu, pada

penelitian deskriptif seperti survei (baik survei sampel maupun sensus), data primer dapat diperoleh melalui beberapa cara, yaitu observasi, komunikasi langsung dengan responden, atau wawancara pribadi. Eksperimen adalah metode penelitian di mana suatu variabel diuji dengan cara diisolasi untuk melihat pengaruhnya. Dalam eksperimen, peneliti secara sengaja melakukan perlakuan tertentu dan kemudian mengukur dampaknya.

Sementara itu, survei merupakan metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi tentang suatu fenomena dari seluruh populasi atau sebagian responden. Berbeda dengan eksperimen, dalam survei peneliti tidak memberikan perlakuan, melainkan hanya mengamati fenomena yang terjadi secara alami tanpa intervensi. Menurut Kothari (2004), terdapat berbagai metode untuk mengumpulkan data primer, terutama dalam penelitian survei dan deskriptif. Metode utama meliputi observasi, wawancara, penggunaan kuesioner, dan penggunaan jadwal (schedules). Selain itu, terdapat metode lain seperti kartu garansi, audit distributor, audit persediaan (pantry), panel konsumen, penggunaan alat mekanis, teknik proyektif, wawancara mendalam, serta analisis isi. Setiap metode tersebut memiliki karakteristik yang berbeda dan dapat digunakan sesuai kebutuhan penelitian.

Lebih lanjut menurut Yin (2018) Persiapan yang baik dalam studi kasus dimulai dari keterampilan dan nilai yang harus dimiliki oleh peneliti. Meskipun aspek ini sering kurang diperhatikan, sebenarnya sangat penting dan dapat dipelajari maupun dilatih. Selain itu, terdapat empat hal lain yang perlu menjadi bagian dari persiapan, yaitu pelatihan khusus untuk studi kasus, penyusunan protokol

penelitian, pemilihan kasus yang sesuai, serta pelaksanaan studi kasus percontohan (pilot). Dan di antara semua aspek tersebut, penyusunan protokol memiliki peran penting untuk meningkatkan keandalan penelitian. Jika kelima aspek ini dipersiapkan dengan baik, maka proses pengumpulan data akan berjalan lebih lancar.

Persiapan dalam pengumpulan data merupakan tahap yang tidak sederhana. Apabila tahap ini tidak dilakukan secara optimal, maka studi kasus berisiko tidak berhasil, sehingga proses sebelumnya seperti penentuan masalah dan penyusunan desain penelitian menjadi tidak bermakna. Di samping itu, peneliti juga harus mampu menjamin perlindungan terhadap partisipan yang terlibat dalam penelitian.

B. Pengumpulan Data Awal

Informasi yang diperlukan oleh peneliti menurut Sekaran (2003) pada umumnya dapat dikelompokkan ke dalam tiga bagian utama. Pertama, informasi mengenai latar belakang organisasi yang mencakup berbagai faktor kontekstual. Peneliti atau tim peneliti, terutama yang berasal dari pihak eksternal, perlu memahami secara mendalam latar belakang organisasi yang akan diteliti bahkan sebelum melakukan wawancara awal dengan pihak terkait. Informasi mengenai latar belakang ini dapat mencakup berbagai faktor kontekstual, yang bisa diperoleh dari beragam sumber seperti publikasi industri, data sensus perdagangan dan industri, direktori perusahaan, berbagai panduan dan layanan bisnis, dokumen internal organisasi, serta sumber daring seperti internet.

Kedua, hal-hal yang berkaitan dengan filosofi manajemen, kebijakan organisasi, serta aspek struktur yang ada. Informasi terkait kebijakan perusahaan, struktur organisasi, alur kerja, serta filosofi manajemen umumnya dapat diperoleh melalui pertanyaan langsung kepada pihak manajemen. Namun, apabila pertanyaan diajukan kepada beberapa manajer secara terpisah, terdapat kemungkinan munculnya perbedaan bahkan pertentangan dalam jawaban yang diberikan. Ketidaksesuaian tersebut dapat menjadi indikasi adanya permasalahan, seperti komunikasi yang kurang efektif atau perbedaan pemahaman mengenai nilai, tujuan, dan filosofi organisasi. Hal ini kemudian dapat ditelusuri lebih lanjut oleh peneliti melalui wawancara lanjutan untuk mengetahui sejauh mana perbedaan persepsi tersebut terjadi dalam organisasi.

Ketiga, informasi mengenai persepsi, sikap, dan respons perilaku dari anggota organisasi maupun sistem klien apabila relevan. Persepsi karyawan terhadap pekerjaan dan lingkungan kerjanya, serta sikap dan perilaku yang mereka tunjukkan, dapat digali melalui interaksi langsung seperti wawancara, observasi, maupun penyebaran kuesioner. Untuk memperoleh gambaran menyeluruh mengenai pandangan karyawan terhadap pekerjaan, iklim organisasi, dan berbagai aspek lain yang relevan, peneliti dapat menggunakan wawancara baik yang bersifat terstruktur maupun tidak terstruktur.

Lebih lanjut menurut Sekaran (2003), Informasi tertentu, seperti profil dan latar belakang perusahaan, dapat diperoleh dari berbagai sumber yang telah tersedia, misalnya dokumen publik, situs resmi perusahaan, arsip, dan sumber lainnya. Demikian pula, informasi tertulis seperti kebijakan, prosedur, dan peraturan

organisasi dapat diakses melalui dokumen internal. Data yang berasal dari sumber yang sudah ada ini dikenal sebagai data sekunder, yaitu data yang telah tersedia sehingga tidak perlu dikumpulkan langsung oleh peneliti.

Contohnya meliputi publikasi statistik, laporan pemerintah, dokumen yang dipublikasikan maupun tidak, baik dari dalam maupun luar organisasi, hasil penelitian terdahulu, studi kasus, arsip perpustakaan, serta data daring dari situs web dan internet. Sebaliknya, informasi seperti persepsi dan sikap karyawan lebih tepat diperoleh melalui interaksi langsung, seperti wawancara, observasi terhadap individu, peristiwa, maupun objek, atau dengan menyebarkan kuesioner. Data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya untuk tujuan penelitian ini disebut sebagai data primer.

C. Pengumpulan Data Primer

1. Metode Observasi

Metode observasi merupakan salah satu teknik yang paling banyak digunakan, terutama dalam penelitian di bidang ilmu perilaku. Pada dasarnya, setiap orang melakukan pengamatan dalam kehidupan sehari-hari, namun hal tersebut belum dapat dikategorikan sebagai observasi ilmiah. Observasi baru dianggap sebagai metode ilmiah apabila dilakukan dengan tujuan penelitian yang jelas, direncanakan secara sistematis, dicatat dengan baik, serta diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya.

Dalam metode ini, data diperoleh melalui pengamatan langsung oleh peneliti tanpa melibatkan pertanyaan kepada responden. Sebagai contoh, dalam penelitian perilaku konsumen, peneliti dapat langsung mengamati produk yang digunakan responden, seperti melihat merek jam tangan yang dipakai, tanpa perlu menanyakannya.

Metode observasi memiliki beberapa keunggulan. Pertama, dapat mengurangi bias subjektif apabila dilakukan secara cermat. Kedua, data yang diperoleh mencerminkan kondisi aktual yang sedang berlangsung, tanpa dipengaruhi oleh ingatan masa lalu atau rencana di masa depan. Ketiga, metode ini tidak bergantung pada kesediaan responden untuk memberikan jawaban, sehingga tidak memerlukan partisipasi aktif seperti pada wawancara atau kuesioner. Oleh karena itu, observasi sangat tepat digunakan pada subjek yang kesulitan atau tidak mampu mengungkapkan perasaan atau pendapatnya secara verbal. (Kothari, 2004).

Lebih lanjut Kothari (2004) mengemukakan juga bahwa Metode observasi memiliki beberapa keterbatasan, di antaranya membutuhkan biaya yang relatif tinggi, menghasilkan informasi yang terbatas, serta rentan terganggu oleh faktor tak terduga. Selain itu, tidak semua objek atau individu mudah diamati secara langsung, sehingga dapat menghambat proses pengumpulan data. Dalam penerapannya, peneliti perlu menentukan secara jelas apa yang akan diamati, bagaimana cara mencatat hasil pengamatan, serta bagaimana menjamin keakuratan data yang diperoleh.

Menurut Kothari (2004) observasi juga dapat diklasifikasikan menjadi observasi partisipan dan non-partisipan. Pada observasi partisipan, peneliti terlibat langsung dalam kehidupan kelompok yang diamati untuk memahami pengalaman mereka. Sementara itu, pada observasi non-partisipan, peneliti hanya bertindak sebagai pengamat tanpa keterlibatan langsung. Dalam beberapa kasus, observasi dilakukan secara terselubung, yaitu ketika subjek yang diamati tidak menyadari keberadaan peneliti.

2. Metode Survey

Menurut Sanusi (2011), metode pengumpulan data melalui survei merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dengan menggunakan instrumen seperti kuesioner atau wawancara terstruktur. Survei biasanya dilakukan pada sampel atau seluruh populasi (sensus) untuk menggambarkan kondisi, pendapat, sikap, atau karakteristik tertentu dari objek penelitian.

Dalam pendekatan ini, data dikumpulkan secara sistematis dari sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi, sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan. Metode survei juga menekankan penggunaan instrumen yang terstandar agar data yang diperoleh lebih objektif, terukur, dan mudah dianalisis. Secara umum, metode survei menurut Sanusi (2011) memiliki ciri-ciri:

- a. Menggunakan kuesioner atau wawancara sebagai alat utama
- b. Melibatkan banyak responden

- c. Bertujuan menggambarkan fenomena secara deskriptif maupun analitis
- d. Data bersifat kuantitatif (meskipun bisa dikombinasikan dengan kualitatif)

Metode wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi verbal, di mana peneliti memberikan pertanyaan secara lisan dan responden memberikan jawaban secara lisan pula. Metode ini dapat dilakukan melalui wawancara langsung (tatap muka) maupun melalui telepon. Dalam wawancara pribadi, terdapat pewawancara yang bertugas mengajukan pertanyaan kepada responden secara langsung. Umumnya, pewawancara memulai proses wawancara dan mengarahkan pengumpulan informasi, meskipun dalam beberapa kasus responden juga dapat mengajukan pertanyaan.

Wawancara jenis ini dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Pada wawancara langsung, peneliti bertemu secara langsung dengan sumber data untuk memperoleh informasi secara mendalam, sehingga metode ini cocok untuk penelitian yang bersifat intensif. Namun, jika kontak langsung sulit dilakukan atau cakupan penelitian terlalu luas, dapat digunakan wawancara tidak langsung. Dalam pendekatan ini, peneliti memperoleh informasi dari pihak lain yang dianggap mengetahui permasalahan yang diteliti, kemudian melakukan konfirmasi silang terhadap data yang diperoleh. Metode ini sering digunakan oleh komisi atau tim investigasi.

D. Pengumpulan Data Sekunder Melalui Survey Literature Atau Dokumentasi

Kothari (2004) mengemukakan bahwa data sekunder adalah data yang telah tersedia karena sebelumnya sudah dikumpulkan dan dianalisis oleh pihak lain. Dalam penggunaannya, peneliti perlu mengidentifikasi berbagai sumber yang dapat menyediakan data tersebut. Berbeda dengan pengumpulan data primer, penggunaan data sekunder tidak menghadapi kendala teknis dalam proses pengumpulan langsung.

Data sekunder dapat dibedakan menjadi dua, yaitu yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data yang dipublikasikan umumnya dapat ditemukan dalam berbagai sumber seperti laporan pemerintah (pusat maupun daerah), publikasi lembaga internasional, jurnal ilmiah dan bisnis, buku, majalah, surat kabar, laporan asosiasi industri dan perbankan, serta hasil penelitian dari akademisi dan lembaga pendidikan. Selain itu, tersedia pula dalam bentuk catatan publik, statistik resmi, dan dokumen historis.

Sementara itu, data yang tidak dipublikasikan juga cukup beragam, misalnya berasal dari dokumen pribadi seperti catatan harian, surat, biografi atau autobiografi yang belum diterbitkan, serta arsip yang dimiliki oleh peneliti, organisasi, asosiasi perdagangan, biro tenaga kerja, maupun lembaga publik dan swasta lainnya.

Lebih lanjut Sekaran (2003) menambahkan bahwa survei literatur merupakan proses pendokumentasian hasil telaah menyeluruh terhadap berbagai karya, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum, yang berasal dari sumber data sekunder dalam bidang yang diminati peneliti. Perpustakaan menjadi salah satu

sumber utama yang kaya akan data sekunder, sehingga peneliti sering menghabiskan waktu berminggu-minggu bahkan berbulan-bulan untuk menelusuri berbagai referensi seperti buku, jurnal, surat kabar, majalah, prosiding konferensi, disertasi, tesis, publikasi pemerintah, serta berbagai laporan seperti keuangan dan pemasaran guna memperoleh informasi yang relevan dengan topik penelitian.

Dengan adanya database digital yang mudah diakses saat ini, proses penelusuran literatur menjadi lebih efisien dan tidak lagi terbatas pada kunjungan fisik ke perpustakaan. Selain itu, kajian literatur dapat dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data melalui wawancara, baik yang terstruktur maupun tidak terstruktur. Penelaahan literatur yang dilakukan secara berkelanjutan membantu peneliti dalam mengarahkan wawancara berikutnya secara lebih fokus pada aspek-aspek penting yang telah diidentifikasi dalam penelitian sebelumnya, meskipun aspek tersebut belum muncul dalam pertanyaan awal.

Sekaran (2003) menambahkan bahwa peneliti perlu menelaah secara menyeluruh berbagai penelitian terdahulu yang relevan dengan topik yang dikaji untuk meminimalkan risiko tersebut. Selanjutnya tinjauan pustaka yang dilakukan dengan baik akan memberikan beberapa manfaat penting. Pertama, membantu memastikan bahwa variabel-variabel penting yang berpotensi memengaruhi permasalahan tidak terlewatkan dalam penelitian. Kedua, memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai variabel mana yang paling relevan, alasan pentingnya variabel tersebut, serta bagaimana cara menelitinya secara tepat, sehingga mendukung penyusunan kerangka teori dan perumusan hipotesis. Dan pada

akhirnya tinjauan pustaka juga membantu peneliti merumuskan masalah secara lebih jelas dan terarah. Proses ini turut meningkatkan validitas pengujian serta memungkinkan hasil penelitian untuk direplikasi. Peneliti juga dapat menghindari pemborosan usaha akibat mengulang temuan yang sebenarnya sudah ada sebelumnya. Pada akhirnya, penelitian yang dilakukan akan lebih diakui sebagai sesuatu yang penting dan relevan dalam komunitas ilmiah.

Pada masa sebelumnya, peneliti harus secara manual menelusuri berbagai indeks bibliografi yang diterbitkan secara berkala untuk menemukan referensi seperti jurnal, buku, dan sumber lain yang relevan dengan bidang kajian. Namun, perkembangan teknologi telah mempermudah proses tersebut. Saat ini, hampir semua perpustakaan dilengkapi dengan sistem komputer berbasis online yang memungkinkan pengguna mencari dan mencetak informasi terkait berbagai topik dengan cepat.

Berbagai sumber seperti informasi bisnis global, artikel dari surat kabar dan jurnal, hingga prosiding konferensi kini tersedia dalam bentuk basis data digital. Basis data ini mencakup bibliografi, abstrak, hingga teks lengkap artikel dalam berbagai bidang, termasuk bisnis. Selain itu, data statistik dan keuangan juga dapat diakses dengan mudah. Dukungan perangkat keras dan perangkat lunak komputer memungkinkan penyimpanan, pembaruan, serta penyajian informasi mengenai aktivitas global secara efisien. Bahkan, indikator ekonomi dan berbagai data lintas negara dapat ditelusuri dengan mudah.

Sumber seperti abstrak statistik yang kini tersedia dalam bentuk CD-ROM maupun internet memungkinkan peneliti

memperoleh informasi yang dibutuhkan hanya melalui akses komputer.

Penggunaan pencarian daring menawarkan banyak keunggulan, antara lain efisiensi waktu yang signifikan, cakupan referensi yang luas, serta kemampuan membantu peneliti memfokuskan perhatian pada sumber yang paling relevan. Selain itu, biaya aksesnya relatif terjangkau. Berbagai basis data penting kini dapat diakses secara online maupun melalui internet, termasuk melalui World Wide Web.

Apabila sumber informasi belum diketahui, strategi pencarian di internet dapat membantu menemukannya. Secara umum, basis data menyediakan beragam informasi seperti daftar artikel jurnal, buku, data sensus, abstrak disertasi, prosiding konferensi, hingga ringkasan berita dari surat kabar yang bermanfaat untuk penelitian, khususnya di bidang bisnis.

Basis data juga tersedia untuk memperoleh statistik—pemasaran, keuangan, dan sebagainya—dan direktori diorganisir berdasarkan subjek, judul, lokasi geografis, peluang perdagangan, pedagang asing, pabrik industri, dan sebagainya. Pencarian daring memberikan sejumlah keuntungan. Selain menghemat waktu secara besar-besaran, pencarian daring juga komprehensif dalam pencantuman dan peninjauan referensi, dan peneliti dapat fokus pada bahan yang paling penting untuk upaya penelitian.

Selain itu, akses untuk menemukannya relatif murah. Beberapa basis data penelitian penting yang tersedia secara daring dan di World Wide Web seperti Basis data statistik dan ekonomi: Badan Pusat Statistik (data statistik resmi Indonesia) , World Bank (data ekonomi

global) dan International Monetary Fund (data keuangan dan makroekonomi dunia). Akses ke basis data ini dapat diperoleh secara daring maupun melalui Internet. Jika sumber informasi tidak diketahui, strategi pencarian di Internet membantu untuk menemukannya. Basis data mencakup, antara lain, daftar artikel jurnal, buku yang dicetak, data sensus, abstrak disertasi, makalah konferensi, dan abstrak surat kabar yang berguna untuk penelitian bisnis.

E. Kesimpulan

Setiap metode pengumpulan data memiliki fungsi dan keterbatasan masing-masing, sehingga tidak ada metode yang paling unggul untuk semua kondisi. Pemilihannya harus disesuaikan dengan faktor seperti ketersediaan dana, waktu, cakupan wilayah, serta jenis dan kedalaman data yang dibutuhkan. Sebagai ilustrasi, wawancara melalui telepon cocok digunakan ketika waktu dan biaya terbatas serta data yang dikumpulkan relatif sederhana. Jika sumber daya mencukupi dan diperlukan informasi yang lebih mendalam, wawancara tatap muka menjadi pilihan yang lebih efektif. Sementara itu, kuesioner melalui pos lebih sesuai ketika waktu tersedia cukup banyak, biaya terbatas, dan tingkat ketelitian tidak terlalu tinggi. Dalam kondisi sumber daya yang melimpah, kombinasi beberapa metode dapat digunakan untuk memperoleh hasil yang lebih optimal. Untuk penelitian dengan cakupan wilayah luas, penggabungan kuesioner dan wawancara dapat meningkatkan efisiensi sekaligus keandalan data.



BAB X

ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

(Mengubah Tumpukan Angka atau Kata-kata Menjadi Informasi yang Bermakna)

Dr. Patria Nagara, S.E., M.M.

Universitas Sumatera Barat

Setiap penelitian bisnis pada akhirnya bermuara pada satu momen kritis: saat peneliti duduk di hadapan data yang telah dikumpulkan dengan susah payah, dan bertanya kepada dirinya sendiri—apa yang sesungguhnya dikatakan oleh data ini? Momen inilah yang menjadi inti dari proses analisis dan interpretasi data. Bab ini hadir untuk memandu pembaca melewati tahapan tersebut secara sistematis, dari memahami konsep dasarnya hingga mempraktikkan berbagai teknik analisis yang relevan dalam konteks penelitian bisnis dan manajemen.

Data yang belum dianalisis, seberapa pun banyaknya, tidak akan menghasilkan pengetahuan. Ia hanyalah kumpulan angka, transkrip, atau catatan lapangan yang diam. Melalui analisis dan interpretasi yang tepat, data tersebut bertransformasi menjadi informasi bermakna yang dapat digunakan untuk mengambil keputusan bisnis, merumuskan strategi, atau mengembangkan teori baru. Inilah mengapa penguasaan terhadap analisis dan interpretasi data merupakan kompetensi yang tidak dapat ditawar bagi setiap peneliti bisnis yang serius.

A. Konsep Dasar Analisis dan Interpretasi Data

1. Pengertian Analisis Data

Analisis data merupakan proses sistematis dalam mengorganisasi, merangkum, dan mengolah data mentah menjadi bentuk yang dapat dipahami dan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Sugiyono (2019) mendefinisikan analisis data sebagai kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Dalam konteks penelitian bisnis, analisis data mencakup berbagai prosedur statistik maupun non-statistik yang diterapkan pada data yang dikumpulkan dari survei konsumen, laporan keuangan, data produksi, transkrip wawancara manajer, maupun observasi lapangan. Prosedur-prosedur tersebut dipilih berdasarkan pertanyaan penelitian, jenis data yang dimiliki, dan tujuan akhir dari penelitian yang dilakukan.

2. Pengertian Interpretasi Data

Interpretasi data adalah langkah selanjutnya setelah analisis selesai dilakukan. Jika analisis menjawab pertanyaan 'apa yang ditunjukkan oleh data?', maka interpretasi menjawab pertanyaan 'apa artinya bagi kita?'. Sekaran dan Bougie (2016) menekankan bahwa interpretasi melibatkan pemberian makna

pada hasil analisis dengan cara menghubungkannya dengan teori yang ada, tujuan penelitian, dan konteks bisnis yang melatarbelakangi studi tersebut.

Seorang peneliti yang hanya mampu menganalisis data tanpa menginterpretasikannya ibarat seorang dokter yang bisa membaca hasil laboratorium tetapi tidak mampu mendiagnosis penyakit pasiennya. Interpretasi membutuhkan tidak hanya kecakapan teknis, tetapi juga pemahaman mendalam tentang bidang bisnis yang diteliti dan kemampuan berpikir kritis yang baik.

3. Perbedaan dan Keterkaitan Analisis dan Interpretasi

Analisis dan interpretasi sering kali diperlakukan sebagai satu kesatuan, padahal keduanya memiliki perbedaan yang cukup fundamental. Analisis bersifat teknis dan objektif—ia mengikuti prosedur yang dapat diverifikasi oleh peneliti lain. Interpretasi, di sisi lain, memerlukan judgment dan kontekstualisasi yang lebih subjektif, meskipun harus tetap didasarkan pada hasil analisis yang valid.

Keduanya berkaitan erat secara sekuensial: interpretasi yang baik hanya mungkin dilakukan apabila analisis yang dilakukan sudah tepat dan akurat. Creswell (2014) menggambarkan hubungan ini sebagai sebuah perjalanan: analisis adalah kendaraan yang membawa peneliti dari titik A (data mentah) ke titik B (pola dan temuan), sementara interpretasi adalah penjelasan mengapa perjalanan itu bermakna dan ke mana ia membawa penelitian selanjutnya.

4. Pentingnya Analisis Data dalam Penelitian Bisnis

Dunia bisnis modern dibanjiri oleh data. Sebuah perusahaan ritel besar dapat memiliki jutaan transaksi per hari, sementara perusahaan manufaktur menghasilkan ribuan titik data dari sensor produksi setiap detiknya. Tanpa kemampuan analisis yang memadai, semua data tersebut tidak bernilai. Analisis data memungkinkan organisasi bisnis untuk memahami perilaku konsumen, mengidentifikasi tren pasar, mengoptimalkan operasi, mengelola risiko keuangan, dan merancang strategi yang berbasis bukti.

Dalam penelitian akademik bisnis, analisis data menjadi jembatan antara teori dan praktik. Ia memvalidasi atau menyanggah hipotesis yang dibangun di atas landasan teori, dan hasilnya kemudian menjadi sumbangan baru bagi perkembangan pengetahuan di bidang manajemen, pemasaran, keuangan, atau sumber daya manusia.

B. Proses dan Tahapan Analisis Data

Analisis data bukan suatu kegiatan yang dapat dilakukan begitu saja tanpa persiapan. Ia merupakan serangkaian tahapan yang harus dilalui secara berurutan agar hasilnya dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Bagian ini menguraikan empat tahapan utama dalam proses analisis data.

1. Pengumpulan Ulang dan Verifikasi Data

Tahap pertama sebelum analisis dimulai adalah memastikan bahwa data yang dikumpulkan sudah lengkap dan sesuai dengan rencana penelitian. Peneliti perlu memeriksa

kelengkapan kuesioner yang dikembalikan, memastikan tidak ada responden yang diidentifikasi secara ganda, dan memeriksa apakah data sekunder yang digunakan berasal dari sumber yang terpercaya dan relevan secara temporal.

Dalam penelitian bisnis, verifikasi data juga mencakup pemeriksaan konsistensi internal. Misalnya, apabila seorang responden menyatakan bahwa ia berusia 20 tahun tetapi sekaligus menjawab bahwa ia telah bekerja selama 15 tahun, terdapat ketidakkonsistenan yang perlu diklarifikasi atau data tersebut perlu dieliminasi dari analisis.

2. Pembersihan dan Pengolahan Data

Pembersihan data (data cleaning) adalah proses mendeteksi dan memperbaiki—atau menghapus—data yang tidak akurat, tidak lengkap, atau tidak relevan. Tahap ini sangat krusial karena 'garbage in, garbage out': apabila data yang masuk ke dalam analisis kotor, maka hasil analisisnya pun tidak akan dapat diandalkan, tidak peduli seaneh apa pun metode statistik yang digunakan.

Dalam praktik penelitian bisnis, pembersihan data mencakup penanganan nilai yang hilang (missing values), pendeteksian dan penanganan outlier, serta transformasi variabel apabila diperlukan—misalnya mengubah skala data atau melakukan normalisasi terhadap distribusi yang sangat mencek (skewed). Perangkat lunak seperti SPSS, R, atau Python (dengan library pandas) sangat membantu dalam proses ini.

3. Klasifikasi dan Pengkodean Data

Setelah data dibersihkan, langkah berikutnya adalah mengklasifikasikan dan mengkodekan data sehingga dapat diolah secara sistematis. Dalam penelitian kuantitatif, pengkodean berarti memberikan nilai numerik pada setiap kategori jawaban. Misalnya, pada skala Likert, jawaban 'Sangat Tidak Setuju' dikode sebagai 1, 'Tidak Setuju' sebagai 2, dan seterusnya hingga 'Sangat Setuju' yang dikode sebagai 5.

Dalam penelitian kualitatif, pengkodean memiliki makna yang berbeda namun sama pentingnya. Ia merupakan proses melekatkan label atau kategori pada bagian-bagian tertentu dari data naratif—seperti transkrip wawancara atau catatan observasi—untuk kemudian mengidentifikasi pola dan tema yang muncul. Proses ini akan dibahas lebih mendalam pada sub ke 4.

4. Pemilihan Metode Analisis Sesuai Tujuan Penelitian

Pemilihan metode analisis yang tepat merupakan salah satu keputusan terpenting dalam penelitian. Metode analisis harus disesuaikan dengan setidaknya tiga faktor: pertama, pertanyaan dan tujuan penelitian; kedua, jenis dan skala pengukuran data; ketiga, asumsi statistik yang dapat dipenuhi oleh data yang dimiliki.

Seorang peneliti yang ingin mengetahui hubungan antara anggaran iklan dan volume penjualan akan menggunakan analisis regresi linier. Sementara itu, peneliti yang ingin memahami bagaimana manajer memaknai konsep 'kepemimpinan transformasional' dalam organisasinya akan

menggunakan analisis tematik dari wawancara mendalam. Pemilihan metode yang tidak tepat akan menghasilkan kesimpulan yang menyesatkan, sebagaimana dipesankan oleh Creswell dan Creswell (2018) bahwa 'the method must match the question'.

C. Analisis Data Kuantitatif

Penelitian kuantitatif dalam bisnis mengandalkan data numerik dan prosedur statistik untuk mengukur, membandingkan, dan menjelaskan fenomena bisnis. Analisis kuantitatif memiliki dua kategori utama: statistik deskriptif dan statistik inferensial.

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah seperangkat teknik yang digunakan untuk meringkas dan menggambarkan karakteristik umum dari sekumpulan data. Ia tidak bertujuan untuk membuat generalisasi melampaui data yang dimiliki, melainkan sekadar memberikan gambaran yang jelas dan ringkas tentang apa yang ada di dalam data tersebut.

Ukuran-ukuran pokok dalam statistik deskriptif meliputi ukuran pemusatan (mean, median, modus), ukuran penyebaran (rentang, simpangan baku, varians, koefisien variasi), dan ukuran bentuk distribusi (skewness dan kurtosis). Selain itu, tabel frekuensi dan persentase juga termasuk bagian dari statistik deskriptif yang sangat sering digunakan dalam laporan penelitian bisnis.

Sebagai ilustrasi: seorang manajer pemasaran yang ingin mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap layanan

purna jual dapat menggunakan statistik deskriptif untuk menghitung rata-rata skor kepuasan (misalnya 3,78 dari skala 5), simpangan bakunya (0,92), serta distribusi persentase responden yang menjawab 'puas' dan 'sangat puas'. Informasi sederhana namun konkret ini sudah cukup untuk memberi gambaran awal yang berharga bagi pengambilan keputusan.

2. Statistik Inferensial

Statistik inferensial memungkinkan peneliti untuk membuat kesimpulan (inferensi) tentang populasi berdasarkan data sampel yang diperoleh. Dalam penelitian bisnis, hampir mustahil untuk mengumpulkan data dari seluruh anggota populasi, sehingga statistik inferensial menjadi alat yang sangat penting.

a. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur statistik yang digunakan untuk menentukan apakah bukti dari data sampel cukup kuat untuk menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_1). Dalam penelitian bisnis, uji hipotesis digunakan misalnya untuk menguji apakah terdapat perbedaan produktivitas yang signifikan antara dua divisi, atau apakah program pelatihan karyawan menghasilkan peningkatan kinerja yang nyata. Tingkat signifikansi (α) yang umum digunakan adalah 0,05, yang berarti peneliti bersedia menerima risiko kesalahan tipe I sebesar 5 persen. Nilai p-value yang lebih kecil dari α mengindikasikan bahwa hasil yang diperoleh tidak

mungkin terjadi secara kebetulan, sehingga hipotesis nol dapat ditolak.

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi mengukur kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Koefisien korelasi Pearson (r) digunakan untuk data yang berskala interval atau rasio, sedangkan koefisien Spearman (ρ) digunakan untuk data ordinal. Nilai r berkisar antara -1 hingga +1, di mana nilai mendekati 1 menunjukkan hubungan positif yang sangat kuat, nilai mendekati -1 menunjukkan hubungan negatif yang sangat kuat, dan nilai mendekati 0 menunjukkan tidak adanya hubungan linier. Dalam konteks keuangan, analisis korelasi dapat digunakan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara tingkat inflasi dan profitabilitas perusahaan. Dalam manajemen SDM, ia dapat mengungkap apakah tingkat kepuasan kerja berkorelasi dengan tingkat turnover karyawan.

c. Analisis Regresi

Analisis regresi digunakan untuk memodelkan hubungan sebab-akibat (atau setidaknya prediktif) antara satu variabel dependen (Y) dengan satu atau lebih variabel independen (X). Regresi linier sederhana melibatkan satu variabel independen, sedangkan regresi berganda melibatkan dua atau lebih variabel independen. Persamaan regresi linier berganda dinyatakan sebagai: $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + \epsilon$, di mana a adalah konstanta, b adalah koefisien regresi masing-masing variabel independen, dan

ε adalah nilai residual atau error. Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa besar variasi dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen dalam model.

Sebagai contoh penerapan dalam bidang pemasaran: seorang peneliti ingin mengetahui variabel mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen online—apakah harga, kualitas produk, atau reputasi merek. Dengan regresi berganda, ia dapat menghitung koefisien pengaruh masing-masing variabel dan menyimpulkan variabel mana yang paling dominan.

Tabel 10.1 Pilihan Teknik Analisis Kuantitatif dalam Penelitian Bisnis

Teknik Analisis	Jenis Data	Contoh Aplikasi Bisnis
Statistik Deskriptif	Semua jenis	Rata-rata kepuasan pelanggan, persentase pangsa pasar
Uji T (t-test)	Interval / Rasio	Membandingkan kinerja dua tim penjualan
Uji F (ANOVA)	Interval / Rasio	Perbandingan produktivitas antar divisi
Korelasi Pearson	Interval / Rasio	Hubungan anggaran R&D dengan inovasi produk
Regresi Linier Berganda	Interval / Rasio	Pengaruh harga, promosi, dan kualitas thd penjualan
Korelasi Spearman	Ordinal	Hubungan peringkat loyalitas dengan peringkat layanan
Chi-Square	Nominal / Ordinal	Hubungan gender dengan pilihan merek produk

D. Analisis Data Kualitatif

Jika analisis kuantitatif bekerja dengan angka dan statistik, analisis kualitatif bekerja dengan kata-kata, makna, dan narasi. Kedua pendekatan ini tidak saling meniadakan, melainkan saling

melengkapi. Dalam penelitian bisnis yang semakin kompleks, kemampuan untuk menganalisis data kualitatif dengan rigour yang setara dengan analisis kuantitatif menjadi semakin penting.

1. Teknik Analisis Tematik

Analisis tematik adalah metode yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif bisnis. Ia merupakan proses mengidentifikasi, menganalisis, dan melaporkan pola atau tema yang ditemukan di dalam data. Braun dan Clarke (2006), yang karyanya banyak dirujuk oleh para peneliti kualitatif di bidang manajemen, mendefinisikan analisis tematik sebagai suatu metode yang fleksibel dan berguna untuk mengidentifikasi pola makna dalam data kualitatif.

Proses analisis tematik umumnya terdiri dari enam tahap: pertama, peneliti membaca dan membaca ulang data untuk membiasakan diri; kedua, menghasilkan kode awal dari fitur data yang menarik; ketiga, mengelompokkan kode-kode ke dalam tema potensial; keempat, menelaah dan menyempurnakan tema; kelima, mendefinisikan dan menamai tema secara jelas; dan keenam, menyusun laporan analisis.

2. Coding Data Wawancara dan Observasi

Coding atau pengkodean dalam penelitian kualitatif adalah proses melekatkan label konseptual pada segmen-segmen data—baik berupa kalimat, paragraf, maupun bagian dari observasi—yang dianggap memiliki relevansi dengan pertanyaan penelitian. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, kode dapat berupa kata, frasa, kalimat, paragraf, atau bahkan seluruh dokumen.

Terdapat dua jenis coding utama: coding deduktif, di mana peneliti memulai dengan daftar kode yang sudah ditentukan berdasarkan teori atau kerangka konseptual yang ada; dan coding induktif, di mana kode muncul secara organik dari data itu sendiri tanpa kategori yang ditetapkan sebelumnya. Penelitian bisnis yang baik sering kali menggabungkan kedua pendekatan ini dalam apa yang disebut sebagai *abductive coding*.

Dalam praktiknya, seorang peneliti yang mewawancarai sepuluh manajer tentang gaya kepemimpinan mereka mungkin akan menemukan kode-kode seperti 'delegasi', 'komunikasi terbuka', 'visioner', 'pengembangan tim', dan 'pengambilan risiko'. Setelah ribuan segmen data dikodekan, peneliti kemudian mengelompokkan kode-kode yang berkaitan ke dalam tema-tema yang lebih besar dan bermakna.

3. Penafsiran Makna dari Narasi Responden

Salah satu keistimewaan—sekaligus tantangan—penelitian kualitatif adalah bahwa peneliti tidak hanya merekam apa yang dikatakan responden, tetapi juga berupaya memahami apa yang dimaksudkan dan mengapa. Penafsiran makna memerlukan kepekaan terhadap konteks, nuansa bahasa, dan latar belakang sosial-budaya responden. Creswell (2014) mengingatkan bahwa dalam penelitian kualitatif, peneliti adalah instrumen utama penelitian. Artinya, kualitas penafsiran sangat bergantung pada pengalaman, kepekaan, dan kejujuran intelektual peneliti. Untuk meningkatkan *trustworthiness* (kepercayaan) hasil penelitian, peneliti

kualitatif dapat menggunakan berbagai strategi seperti triangulasi sumber data, member checking (meminta responden untuk memverifikasi penafsiran peneliti), dan peer debriefing.

4. Contoh Konteks Penelitian Bisnis

Analisis kualitatif sangat relevan dalam berbagai konteks penelitian bisnis, antara lain: memahami motivasi di balik keputusan pembelian konsumen yang tidak dapat dijelaskan sepenuhnya oleh data numerik; mengeksplorasi budaya organisasi dan dinamika tim dalam konteks perusahaan startup; meneliti proses pengambilan keputusan strategis di tingkat dewan direksi; serta memahami hambatan implementasi perubahan organisasi dari perspektif karyawan lini.

Sebagai contoh konkret: sebuah perusahaan e-commerce ingin memahami mengapa tingkat konversi dari pengunjung ke pembeli cenderung rendah meskipun anggaran iklan sudah besar. Survei numerik hanya mampu memberi tahu bahwa banyak pengunjung tidak jadi membeli, tetapi tidak mampu menjelaskan alasannya. Melalui wawancara mendalam dengan sampel pengunjung, peneliti menemukan tema-tema seperti 'ketidakpercayaan terhadap keamanan pembayaran', 'kebingungan pada antarmuka pengguna', dan 'kurangnya informasi produk yang memadai'.

E. Penyajian Hasil Analisis

Setelah analisis selesai dilakukan, langkah berikutnya adalah menyajikan hasil tersebut dengan cara yang jelas, ringkas, dan komunikatif. Penyajian yang baik bukan sekadar memindahkan angka-angka ke dalam tabel atau membuat grafik yang menarik, melainkan memilih format yang paling tepat untuk jenis informasi yang ingin disampaikan.

1. Penyajian dalam Tabel

Tabel adalah cara paling efisien untuk menyajikan banyak informasi numerik secara sistematis dan padat. Tabel yang baik memiliki judul yang jelas dan deskriptif, header kolom yang informatif, serta catatan kaki yang menjelaskan singkatan atau sumber data. Dalam penelitian bisnis, tabel sering digunakan untuk menyajikan statistik deskriptif dari variabel penelitian, matriks korelasi, hasil uji regresi, atau perbandingan antar kelompok. Penting untuk diingat bahwa tabel harus dapat berdiri sendiri—artinya, pembaca harus dapat memahami isi tabel tanpa harus membaca teks di sekitarnya. Sebaliknya, dalam narasi penelitian, setiap tabel harus dirujuk dan dijelaskan secara singkat agar pembaca tahu apa yang perlu diperhatikan dalam tabel tersebut.

2. Grafik dan Visualisasi Data

Grafik dan visualisasi data adalah alat yang sangat efektif untuk mengkomunikasikan pola, tren, dan perbandingan yang sulit ditangkap hanya dari angka-angka dalam tabel. Pemilihan jenis grafik harus disesuaikan dengan jenis data dan pesan yang ingin disampaikan: grafik batang

(bar chart) cocok untuk perbandingan antar kategori; grafik garis (line chart) ideal untuk menunjukkan tren dari waktu ke waktu; grafik lingkaran (pie chart) tepat digunakan hanya jika proporsi antar bagian menjadi pesan utama; dan scatter plot digunakan untuk memvisualisasikan hubungan antara dua variabel kontinu.

Dalam era presentasi bisnis modern, visualisasi data yang menarik dan informatif dapat menjadi perbedaan antara penelitian yang dibaca dan diimplementasikan, dengan penelitian yang diabaikan. Namun peneliti harus berhati-hati untuk tidak mengorbankan akurasi demi estetika—manipulasi skala sumbu, misalnya, dapat menciptakan kesan yang menyesatkan tentang besarnya perbedaan antar kelompok.

3. Penyusunan Narasi Hasil Penelitian yang Jelas

Selain tabel dan grafik, narasi tertulis merupakan medium utama penyajian hasil penelitian. Narasi yang baik menjelaskan apa yang ditemukan, bukan sekadar mengulang angka yang sudah ada di tabel. Ia memberikan konteks, menghubungkan temuan dengan pertanyaan penelitian, dan mempersiapkan pembaca untuk bagian interpretasi. Dalam penelitian kualitatif, narasi menjadi medium yang bahkan lebih dominan. Kutipan langsung dari transkrip wawancara sering digunakan sebagai 'bukti' untuk mendukung tema yang diidentifikasi, asalkan dipilih secara representatif dan tidak diambil di luar konteks. Sekaran dan Bougie (2016) menekankan bahwa narasi hasil penelitian harus ditulis

dengan gaya yang objektif, terstruktur, dan menghindari pernyataan yang melampaui apa yang didukung oleh data.

F. Interpretasi Hasil Penelitian

Sampailah kita pada tahap yang paling menentukan dalam siklus penelitian: interpretasi hasil. Di sinilah seorang peneliti bisnis yang baik benar-benar diuji kemampuan berpikir analitis dan sintetisnya. Interpretasi bukan sekadar menyimpulkan angka, melainkan membangun argumen ilmiah yang kohesif dari berbagai bukti yang telah dikumpulkan dan dianalisis.

1. Menghubungkan Hasil Analisis dengan Tujuan Penelitian

Langkah pertama dalam interpretasi adalah kembali ke tujuan penelitian yang telah dirumuskan di awal. Setiap temuan utama harus dikaitkan secara eksplisit dengan tujuan spesifik yang ingin dicapai. Jika tujuan penelitian adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan, maka interpretasi harus secara sistematis membahas kontribusi setiap faktor yang diteliti terhadap konstruk loyalitas tersebut. Peneliti yang baik juga akan mendiskusikan temuan yang tidak terduga atau yang bertentangan dengan ekspektasi awal. Temuan yang tidak terduga justru sering kali menjadi kontribusi ilmiah yang paling berharga, karena ia mendorong pemikiran ulang terhadap asumsi-asumsi yang selama ini dipegang teguh dalam suatu bidang.

2. Menjawab Rumusan Masalah dan Hipotesis

Setiap rumusan masalah yang diajukan di awal penelitian harus dijawab secara eksplisit dalam bagian interpretasi. Jawaban tersebut harus didasarkan pada bukti empiris yang kuat dari hasil analisis, bukan pada opini atau asumsi peneliti semata. Demikian pula, setiap hipotesis yang diuji harus dinyatakan secara tegas apakah didukung (*supported*) atau ditolak (*rejected*) oleh data, beserta nilai statistik yang menjadi dasar keputusan tersebut. Misalnya, apabila hipotesis menyatakan bahwa 'terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan', dan hasil uji regresi menunjukkan koefisien $\beta = 0,453$ dengan nilai sig. = 0,000 ($< 0,05$), maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa hipotesis tersebut terdukung secara statistik dengan tingkat keyakinan 95 persen.

3. Menarik Implikasi Praktis untuk Pengambilan Keputusan Bisnis

Penelitian bisnis yang baik tidak hanya memberikan kontribusi teoritis, tetapi juga memberikan implikasi praktis yang dapat ditindaklanjuti oleh para pemangku kepentingan. Ini adalah momen di mana penelitian 'berbicara' kepada dunia praktis bisnis. Peneliti harus mampu menerjemahkan temuan akademis ke dalam rekomendasi kebijakan, strategi bisnis, atau langkah operasional yang konkret. Sebagai contoh: apabila penelitian menemukan bahwa faktor yang paling kuat mempengaruhi keputusan pembelian ulang pelanggan adalah kecepatan pengiriman (bukan harga atau kualitas produk),

maka implikasi praktisnya bagi manajemen perusahaan e-commerce adalah perlunya investasi prioritas pada infrastruktur logistik dan kemitraan dengan penyedia layanan pengiriman yang handal.

4. Kesalahan Umum dalam Interpretasi Data

Terdapat beberapa jenis kesalahan interpretasi yang perlu diwaspadai oleh setiap peneliti bisnis. Pertama, mengacaukan korelasi dengan kausalitas. Hanya karena dua variabel berkorelasi kuat bukan berarti satu variabel menyebabkan yang lain. Korelasi positif antara penjualan es krim dan angka tenggelam di pantai, misalnya, tidak berarti es krim menyebabkan orang tenggelam—keduanya sama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga, yaitu cuaca panas. Kedua, overgeneralisasi hasil—menarik kesimpulan yang terlalu luas melampaui konteks sampel yang diteliti. Apabila penelitian dilakukan pada konsumen muda di kota besar, temuannya tidak serta-merta berlaku untuk konsumen lansia di daerah pedesaan.

Ketiga, cherry-picking data—hanya menyajikan temuan yang mendukung hipotesis dan mengabaikan temuan yang bertentangan. Praktik ini tidak hanya tidak jujur secara ilmiah, tetapi juga dapat menyesatkan para pengambil keputusan. Keempat, mengabaikan signifikansi praktis dan terlalu fokus pada signifikansi statistis. Sebuah hasil mungkin signifikan secara statistis tetapi memiliki effect size yang sangat kecil sehingga tidak memiliki implikasi praktis yang berarti. Sebaliknya, perbedaan yang secara bisnis sangat relevan

mungkin tidak mencapai batas signifikansi statistik karena ukuran sampel yang terbatas.

G. Contoh Studi Kasus Analisis dan Interpretasi Data Bisnis

1. Studi Kasus Kuantitatif: Pengaruh Program Pelatihan terhadap Produktivitas Karyawan

Sebuah perusahaan manufaktur tekstil di Jawa Tengah mengadakan program pelatihan keterampilan mesin selama tiga bulan untuk 60 karyawan produksinya. Peneliti ingin mengetahui apakah program pelatihan tersebut secara signifikan meningkatkan produktivitas karyawan yang diukur dalam unit produksi per hari.

Data Mentah (Ringkasan):

Tabel 10.2 Statistik Deskriptif Produktivitas Karyawan Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Statistik	Sebelum Pelatihan	Sesudah Pelatihan
Rata-rata (unit/hari)	142,3	161,8
Simpangan Baku	18,6	15,2
Nilai Minimum	98	120
Nilai Maksimum	187	201
Jumlah Sampel (n)	60	60

Peneliti kemudian melakukan uji beda rata-rata berpasangan (paired t-test) karena data berasal dari kelompok yang sama (karyawan yang sama diukur dua kali). Hasil uji menunjukkan: $t(59) = 8,43$, $p = 0,000 (< 0,05)$, dengan selisih rata-rata sebesar 19,5 unit per hari dan interval kepercayaan 95% = [14,9 ; 24,1].

Interpretasi:

Berdasarkan hasil uji t berpasangan, terdapat perbedaan yang signifikan secara statistik antara produktivitas karyawan sebelum dan sesudah mengikuti program pelatihan ($p < 0,001$). Rata-rata produktivitas meningkat sebesar 19,5 unit per hari, atau setara dengan peningkatan sekitar 13,7 persen. Interval kepercayaan yang keseluruhan berada di atas nol mengkonfirmasi bahwa peningkatan ini bukan merupakan fluktuasi acak.

Implikasi praktisnya bagi manajemen perusahaan adalah bahwa investasi dalam program pelatihan keterampilan mesin terbukti memberikan hasil nyata dalam peningkatan produktivitas. Dengan tambahan produksi rata-rata 19,5 unit per hari per karyawan, dan harga jual produk senilai Rp 25.000 per unit, program pelatihan ini berpotensi menghasilkan tambahan pendapatan sebesar Rp 29.250.000 per hari dari 60 karyawan tersebut.

2. Studi Kasus Kualitatif: Hambatan Adopsi Sistem ERP di Perusahaan Dagang

Sebuah perusahaan perdagangan grosir dengan 250 karyawan baru saja mengimplementasikan sistem Enterprise Resource Planning (ERP). Meskipun sistem telah aktif selama enam bulan, adopsi oleh pengguna masih rendah—banyak staf yang masih menggunakan spreadsheet manual secara paralel. Peneliti melakukan wawancara mendalam terhadap 12 karyawan dari berbagai departemen untuk memahami hambatan-hambatan yang mereka hadapi.

Proses Analisis:

Transkrip dari 12 wawancara—dengan total lebih dari 180 halaman—dianalisis menggunakan pendekatan analisis tematik. Pada tahap pengkodean awal, peneliti mengidentifikasi lebih dari 200 kode berbeda. Setelah tahap pengelompokan dan penyempurnaan tema, kode-kode tersebut dikonsolidasikan ke dalam empat tema utama:

Tema 1 — Ketidaksiapan Teknis: Banyak karyawan merasa bahwa pelatihan yang diberikan terlalu singkat dan tidak cukup mendalam. Seorang staf akuntansi berujar, 'Kami diberi pelatihan dua hari, padahal sistem ini kompleks sekali. Saya masih bingung cara membuat laporan yang dulu bisa saya buat sendiri dalam lima menit.'

Tema 2 — Resistensi terhadap Perubahan: Beberapa karyawan senior mengungkapkan kekhawatiran bahwa sistem baru akan membuat pekerjaan mereka lebih rentan untuk dipantau atau bahkan digantikan oleh mesin.

Tema 3 — Kurangnya Dukungan Manajemen yang Nyata: Meskipun manajemen puncak secara verbal mendukung implementasi ERP, karyawan merasa bahwa dukungan tersebut tidak diwujudkan dalam bentuk alokasi waktu yang cukup untuk belajar atau insentif yang memadai.

Tema 4 — Masalah Teknis Sistem: Beberapa responden melaporkan bahwa sistem sering mengalami gangguan (error) pada jam-jam sibuk, yang membuat frustrasi dan memperkuat persepsi negatif terhadap sistem baru.

Interpretasi:

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa hambatan adopsi ERP di perusahaan tersebut bukan semata-mata masalah teknis, melainkan merupakan perpaduan kompleks antara faktor teknis, manusiawi, dan organisasional. Hal ini selaras dengan teori Technology Acceptance Model (TAM) yang dikembangkan oleh Davis (1989), yang menekankan bahwa persepsi tentang kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan persepsi tentang kegunaan (*perceived usefulness*) merupakan penentu utama adopsi teknologi.

Implikasi praktisnya, perusahaan perlu merancang program pendampingan yang berkelanjutan—bukan sekadar pelatihan satu kali—dan manajemen perlu mendemonstrasikan komitmen yang lebih nyata, misalnya dengan menetapkan batas waktu penghapusan sistem lama dan memberikan pengakuan kepada karyawan yang sukses bertransisi ke sistem baru.

H. Kesimpulan

Bab ini telah mengajak pembaca untuk menelusuri perjalanan panjang dari data mentah menuju informasi yang bermakna—sebuah transformasi yang merupakan inti dari seluruh kegiatan penelitian bisnis. Beberapa butir penting yang dapat dipetik dari bab ini adalah sebagai berikut.

Pertama, analisis dan interpretasi data adalah dua proses yang berbeda namun tidak dapat dipisahkan. Analisis mengolah data secara teknis dan sistematis untuk menemukan pola, hubungan, dan perbedaan. Interpretasi kemudian memberikan makna pada temuan-

temuan tersebut dalam konteks pertanyaan penelitian, teori yang relevan, dan dunia bisnis nyata.

Kedua, setiap proses analisis data harus diawali dengan tahapan persiapan yang cermat: verifikasi, pembersihan, dan pengkodean data. Kualitas hasil analisis sangat bergantung pada kualitas data yang dimasukkan. Kesalahan pada tahap awal ini akan membebani seluruh proses selanjutnya.

Ketiga, pemilihan metode analisis—baik kuantitatif maupun kualitatif—harus didasarkan pada pertanyaan penelitian, jenis data, dan asumsi-asumsi yang dapat dipenuhi. Tidak ada metode yang secara universal lebih baik dari metode lain; yang ada adalah metode yang tepat atau tidak tepat untuk konteks penelitian tertentu.

Keempat, penyajian hasil analisis harus dilakukan dengan cara yang komunikatif dan tepat sasaran—mengombinasikan tabel, grafik, dan narasi sesuai dengan jenis informasi yang ingin disampaikan.

Kelima, interpretasi yang baik bukan hanya menyimpulkan angka, melainkan juga menghubungkan temuan dengan teori yang ada, mengidentifikasi implikasi praktis bagi dunia bisnis, dan secara jujur mengakui keterbatasan penelitian.

Keenam, kedua studi kasus yang disajikan—baik yang kuantitatif maupun kualitatif—mengilustrasikan bahwa analisis dan interpretasi yang baik selalu dimulai dari pertanyaan yang jelas, dilanjutkan dengan pengumpulan dan pengolahan data yang cermat, dan diakhiri dengan kesimpulan yang dapat ditindaklanjuti oleh para pengambil keputusan bisnis.

Pada akhirnya, kemampuan menganalisis dan menginterpretasi data adalah keterampilan yang diasah melalui

latihan dan pengalaman. Semakin banyak penelitian yang dilakukan dan semakin beragam konteks bisnis yang dihadapi, semakin tajam pula kemampuan seorang peneliti dalam mengubah tumpukan angka dan kata-kata menjadi cahaya yang menerangi jalan pengambilan keputusan bisnis.

BAB XI

ETIKA DAN INTEGRITAS DALAM PENELITIAN BISNIS

Dr. Kurniati Karim, S.E., M.Si.
Universitas Muara Bungo

A. Pendahuluan

Etika dan integritas menjadi dasar utama dalam penelitian bisnis yang dapat dipercaya dan memiliki nilai ilmiah tinggi. Penelitian bisnis tidak hanya menekankan pada pencapaian hasil yang relevan dan bermanfaat, tetapi juga harus menjunjung tinggi prinsip-prinsip moral yang menjaga kehormatan dan kejujuran dalam prosesnya. Menurut Aguinis et al., (2018) kualitas sebuah penelitian sangat bergantung pada bagaimana proses tersebut dilakukan secara transparan dan sesuai standar etika yang berlaku. Dengan demikian, etika penelitian bukan hanya kewajiban normatif, tetapi juga prasyarat agar hasil penelitian dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan bisnis yang bertanggung jawab.

Di dalam dunia yang semakin kompleks dan kompetitif, tekanan untuk menghasilkan data yang "menguntungkan" seringkali mendorong peneliti atau organisasi untuk mengabaikan prinsip-prinsip etika. Akibatnya, praktik penelitian yang tidak jujur dapat muncul, yang pada akhirnya merusak kredibilitas penelitian bisnis secara keseluruhan. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan etika dalam penelitian harus menjadi perhatian utama bagi setiap peneliti bisnis. Menanamkan nilai integritas sejak awal penelitian juga penting

agar proses berjalan sesuai standar ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan.

Penelitian bisnis yang mengabaikan aspek etika berpotensi memberi dampak negatif terhadap reputasi peneliti, institusi, dan bahkan pihak-pihak yang menjadi responden atau objek penelitian. Selain itu, penelitian yang tidak etis dapat menimbulkan konsekuensi hukum dan sosial yang serius. Hal ini menggarisbawahi pentingnya membiasakan diri dengan prinsip-prinsip etika sejak tahap perencanaan hingga pelaporan hasil penelitian. Peneliti yang bertanggung jawab harus mampu menjaga kepercayaan publik dan pemangku kepentingan dalam setiap aktivitas penelitiannya.

Terakhir, dalam konteks penelitian bisnis modern, etika dan integritas berkaitan erat dengan isu kontemporer seperti penggunaan big data, kecerdasan buatan, dan teknologi digital. Penting untuk menyesuaikan prinsip etika penelitian tradisional dengan tantangan baru tersebut agar dapat melindungi hak dan kepentingan semua pihak serta memastikan bahwa inovasi teknologi tidak mengorbankan nilai-nilai moral dan keadilan.

B. Konsep Etika Penelitian

Etika penelitian dapat dipahami sebagai seperangkat prinsip dan nilai moral yang mengatur perilaku peneliti selama proses penelitian berlangsung. Prinsip etika ini bertujuan untuk menjaga agar penelitian dilakukan secara adil, bertanggung jawab, dan menghormati hak-hak semua pihak yang terlibat, khususnya responden penelitian.(Palaskar, 2018). Menurut Singh, (2012) menegaskan bahwa etika penelitian mencakup penghormatan

terhadap responden, termasuk aspek keadilan, kejujuran, dan ketepatan ilmiah. Hal ini penting untuk menjamin keabsahan hasil penelitian serta menjaga kepercayaan masyarakat terhadap ilmu pengetahuan bisnis.

Dalam praktiknya, etika penelitian berfungsi sebagai pedoman bagi peneliti untuk menghindari perilaku yang dapat merugikan responden, seperti penyalahgunaan data, diskriminasi, dan eksploitasi. Peneliti dituntut untuk selalu menjaga kerahasiaan data, memberikan informasi lengkap menurut prinsip informed consent, serta menghormati keputusan responden untuk tidak berpartisipasi atau menarik diri dari penelitian kapan saja. Etika juga mengatur penggunaan sumber daya secara jujur tanpa menyalin atau mengambil karya orang lain tanpa izin (plagiarisme).

Selanjutnya, etika penelitian juga memperhatikan aspek keadilan dalam pemilihan sampel dan pengambilan keputusan selama penelitian. Peneliti diharapkan menghindari bias yang dapat mempengaruhi hasil secara negatif maupun merugikan kelompok tertentu. Ketidakadilan dalam penelitian dapat mengakibatkan data yang tidak valid dan menyesatkan, serta melemahkan kualitas penelitian bisnis. Oleh karena itu, menerapkan prinsip etika yang adil dan transparan menjadi keharusan agar hasil penelitian dapat diterima secara luas dan memiliki dampak positif.

Akhirnya, perkembangan teknologi dan globalisasi menuntut adaptasi prinsip-prinsip etika penelitian agar relevan dengan situasi saat ini. Peneliti dituntut tidak hanya berlaku etis secara lokal, tetapi juga memperhatikan standar internasional yang berlaku agar penelitian bisnis dapat diakui dan dihormati di kancah global. Dengan

memahami konsep etika secara menyeluruh, peneliti bisnis dapat mengembangkan penelitian yang bermutu serta berkontribusi pada kemajuan pengetahuan dan praktik bisnis yang berkelanjutan.

C. Integritas dan Kejujuran Data

Integritas dalam penelitian merujuk pada prinsip kejujuran dan ketepatan dalam mengelola dan melaporkan data dan hasil penelitian. Menurut Azoury et al., (2018) integritas merupakan inti dari kepercayaan yang diberikan oleh masyarakat, institusi akademik, dan pemangku kepentingan bisnis kepada peneliti. Dalam konteks penelitian bisnis, kejujuran data sangat penting agar keputusan bisnis yang dihasilkan berdasarkan data tersebut valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Peneliti harus menyajikan data apa adanya tanpa melakukan manipulasi atau rekayasa data yang dapat menyesatkan.

Pelanggaran integritas data dapat berbentuk tiga hal utama, yaitu fabrication (pembuatan data palsu), falsification (pemalsuan atau penyelewengan data yang sebenarnya), dan plagiarism (penjiplakan karya orang lain tanpa pengakuan). Ketiga jenis pelanggaran ini sangat merugikan proses ilmiah dan kredibilitas peneliti maupun institusi tempatnya bekerja. Fabrication dan falsification menghilangkan kepercayaan pada data sebagai sumber informasi, sedangkan plagiarism melanggar hak intelektual dan menghancurkan reputasi akademik.

Untuk menjaga integritas data, peneliti harus menerapkan beberapa langkah preventif, antara lain dokumentasi yang teliti terkait pengumpulan informasi, pemeriksaan ulang data yang

diperoleh, serta penggunaan teknologi dan sistem yang dapat memastikan keamanan dan keabsahan data. Transparent reporting atau pelaporan transparan menjadi kunci agar proses pengolahan hingga analisis data dapat diaudit dan direplikasi oleh peneliti lain. Hal ini penting untuk menjaga kualitas dan akurasi hasil penelitian bisnis.

Adanya mekanisme audit penelitian dan kode etik khusus yang mengatur perilaku peneliti juga menjadi penopang utama integritas data dalam penelitian bisnis modern. Implementasi sistem keamanan digital terhadap penyimpanan dan distribusi data juga membantu mencegah akses ilegal dan kebocoran data yang dapat merusak kepercayaan terhadap penelitian tersebut. Dengan integritas data yang kuat, hasil penelitian tidak hanya dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategis, tetapi juga berkontribusi pada kemajuan ilmu bisnis secara luas.

D. Perlindungan Privasi Responden

Privasi responden merupakan hak fundamental yang harus dijaga dalam setiap aktivitas penelitian bisnis. Dalam konteks ini, peneliti memiliki tanggung jawab untuk melindungi data pribadi dan informasi sensitif yang diberikan oleh responden selama penelitian berlangsung. Ruane et al., (2021) menekankan pentingnya prinsip informed consent sebagai landasan utama perlindungan privasi, di mana responden harus diberi penjelasan transparan mengenai tujuan, proses, serta penggunaan data yang mereka berikan sebelum mereka setuju menjadi peserta penelitian.

Selain informed consent, prinsip confidentiality (kerahasiaan) dan anonymity (anonimitas) juga sangat penting. Kerahasiaan menuntut peneliti untuk menjaga data responden agar tidak diakses oleh pihak yang tidak berhak, sedangkan anonimitas memastikan tidak ada identitas responden yang secara langsung dilampirkan dalam laporan atau publikasi penelitian. Hal ini berfungsi untuk menjaga keamanan dan kenyamanan responden sehingga mereka tidak khawatir akan potensi penyalahgunaan data pribadi mereka.

Prinsip data security juga tak kalah penting, terutama di era digital saat ini. Penggunaan teknologi digital dan penyimpanan data daring meningkatkan risiko kebocoran informasi. Oleh karena itu, peneliti harus menggunakan sistem keamanan yang kuat, seperti enkripsi data, pengaturan hak akses, serta backup reguler untuk melindungi data dari ancaman seperti hacking atau kebocoran accidental. Kewaspadaan ini membuat responden lebih percaya untuk berpartisipasi dalam penelitian dan menjaga reputasi peneliti dan institusi terhadap isu privasi.

Lebih jauh lagi, regulasi perlindungan data pribadi yang semakin ketat di berbagai negara juga harus menjadi perhatian peneliti bisnis agar tidak melanggar hukum dan standar internasional. Kepatuhan terhadap peraturan ini sekaligus meningkatkan kredibilitas hasil penelitian yang akan digunakan oleh berbagai pihak, termasuk mitra bisnis, regulator, dan masyarakat umum. (Rumani, 2025)

E. Etika Penelitian Bisnis di Era Digital

Era digital menghadirkan tantangan baru dalam penerapan etika penelitian bisnis. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan pengumpulan, analisa, dan penyebaran data menjadi lebih cepat dan masif. Namun, hal ini juga meningkatkan risiko terkait kebocoran data dan penyalahgunaan informasi yang dikumpulkan.

Menurut McKinsey Report (2023), prioritas utama dalam bisnis modern adalah memastikan keamanan informasi dengan mengimplementasikan teknologi enkripsi, pengelolaan akses yang ketat, serta memperhatikan regulasi perlindungan data seperti GDPR dan peraturan lokal lainnya. Etika di era digital menuntut peneliti untuk bersikap ekstra hati-hati dan transparan dalam pengelolaan data guna mencegah potensi pelanggaran privasi dan penyalahgunaan informasi.

F. Dilema Etika

Dalam praktik penelitian bisnis, peneliti sering kali menghadapi dilema etika yang kompleks. Salah satu dilema utama muncul ketika peneliti mendapat tekanan dari sponsor, atasan, atau kepentingan pribadi untuk menghasilkan data yang menunjukkan hasil tertentu. Tekanan ini dapat menimbulkan konflik antara keinginan mencapai target penelitian dan menjaga integritas ilmiah. Sebagai contoh, peneliti mungkin tergoda untuk memanipulasi data agar mendukung hipotesis yang diinginkan, padahal hal tersebut bertentangan dengan prinsip kejujuran.

Selain tekanan eksternal, ada juga dilema internal yang berkaitan dengan pertimbangan moral dan tanggung jawab sosial. Peneliti harus mempertimbangkan konsekuensi dari hasil penelitian yang disajikan, terutama jika data yang tidak valid atau bias dapat menyesatkan pengambilan keputusan bisnis atau berdampak negatif pada masyarakat. Oleh karena itu, dilema etika tidak hanya tentang kebenaran data, tetapi juga berkaitan dengan dampak sosial dan moral riset yang dilakukan.

Untuk mengatasi dilema tersebut, peneliti harus memiliki kesadaran etika yang tinggi dan berani menolak praktik yang tidak etis. Pendidikan etika penelitian yang terus menerus dan adanya supervisi atau mekanisme pengawasan menjadi hal penting agar peneliti dapat menjaga integritasnya. Dengan demikian, dilema etika dapat diminimalisasi dan kualitas penelitian tetap terjaga sesuai standar ilmiah dan moral.

G. Strategi Menjaga Etika

Menjaga etika dalam penelitian bisnis memerlukan penerapan berbagai strategi yang komprehensif. Salah satu strategi utama adalah transparansi data yang dilakukan dengan mendokumentasikan semua proses penelitian secara jelas dan terbuka. Transparansi ini memungkinkan verifikasi oleh pihak lain dan mencegah terjadinya manipulasi data atau bias selama penelitian. Dengan demikian, semua pihak yang terkait dapat mempertanggungjawabkan hasil riset dengan lebih baik.

Audit penelitian juga menjadi salah satu mekanisme penting untuk memastikan tidak ada pelanggaran etika seperti fabrikasi,

falsifikasi, atau plagiarisme. Audit yang dilakukan secara berkala akan membantu mengidentifikasi dan memperbaiki potensi masalah etika lebih awal sebelum penelitian dipublikasikan atau digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis. Audit ini dapat dilakukan secara internal oleh lembaga penelitian maupun oleh pihak eksternal yang independen.

Selain itu, penggunaan sistem keamanan teknologi informasi turut berperan penting dalam menjaga etika penelitian di era digital. Sistem keamanan ini melibatkan enkripsi data, kontrol akses, dan perlindungan terhadap kebocoran informasi yang berpotensi merugikan responden atau merusak reputasi lembaga penelitian. Kombinasi penerapan transparansi, audit, dan sistem keamanan teknologi akan membantu menciptakan lingkungan penelitian yang etis, terlindungi, dan terpercaya

H. Kesimpulan

Etika dan integritas adalah fondasi utama yang memastikan validitas dan kepercayaan penelitian bisnis. Tanpa keduanya, hasil penelitian dapat dipertanyakan dan merusak reputasi ilmiah serta kredibilitas lembaga yang bersangkutan. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki komitmen kuat terhadap prinsip-prinsip etika mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga pelaporan hasil. Penelitian di era digital menuntut perhatian ekstra, terutama terkait dengan perlindungan data responden dan penerapan teknologi keamanan yang tepat.

Kendati menghadapi beragam dilema dan tantangan, penerapan strategi-etika yang sistematis dapat membantu mengatasi

risiko pelanggaran dan menjaga kualitas riset. Dengan demikian, menanamkan budaya etika yang kuat dan menjalankan praktik integritas secara konsisten adalah langkah mutlak demi terwujudnya penelitian bisnis yang kredibel dan bermanfaat bagi perkembangan ilmu dan praktik bisnis secara luas.



BAB XII

PENULISAN LAPORAN DAN KOMUNIKASI HASIL RISET

(Cara Menyusun Laporan dan Mempresentasikan Hasil Riset)

Etty Sri Wahyuni, S.E., M.Si., Ph.D

UNIVERSITAS BATAM

A. Pendahuluan: Mengapa Penulisan Laporan Itu Penting?

Bayangkan Anda telah menghabiskan berminggu-minggu—bahkan berbulan-bulan—melakukan penelitian bisnis. Anda telah menyebarkan ratusan kuesioner, menganalisis data dengan teknik statistik yang kompleks, dan menemukan hasil yang menarik. Namun, semua kerja keras itu akan sia-sia jika Anda tidak mampu menyampaikan temuan tersebut dengan jelas, sistematis, dan meyakinkan. Di sinilah seni penulisan laporan penelitian dan komunikasi hasil riset memainkan peran krusialnya.

Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 308) menegaskan bahwa *“the report is the tangible product of the research effort, and it is this that the client or the sponsor will refer to for making decisions”*. Artinya, laporan penelitian bukan sekadar formalitas akademik, melainkan produk utama yang akan menjadi dasar pengambilan keputusan bagi manajer, investor, maupun pemangku kepentingan lainnya. Tanpa laporan yang baik, temuan sehebat apa pun akan kehilangan dampaknya.

Bab ini dirancang untuk menjadi panduan praktis bagi Anda dalam menyusun laporan penelitian bisnis yang profesional sekaligus

mudah dipahami. Anda akan mempelajari anatomi laporan penelitian, teknik penulisan yang efektif, cara menyajikan data secara visual, hingga strategi mempresentasikan hasil riset di hadapan audiens yang beragam. Selain itu, bab ini juga menyajikan contoh-contoh konkret yang dapat langsung Anda terapkan.



Refleksi Pembuka

Sebelum melanjutkan, tanyakan pada diri sendiri: “Jika saya hanya punya 5 menit untuk meyakinkan seorang CEO tentang temuan riset saya, apa yang akan saya sampaikan?” Jawaban atas pertanyaan ini adalah inti dari komunikasi riset yang efektif.

B. Anatomi Laporan Penelitian Bisnis

Sebuah laporan penelitian yang baik ibarat sebuah bangunan yang kokoh: setiap bagiannya memiliki fungsi spesifik dan saling menopang satu sama lain. Creswell (2014, hlm. 219) menjelaskan bahwa *“a research report follows a general format that includes an introduction, a review of the literature, methods, results, and discussion”*. Format ini berlaku universal, baik untuk penelitian kuantitatif maupun kualitatif, meskipun dengan beberapa penyesuaian.

Berikut adalah struktur standar laporan penelitian bisnis yang direkomendasikan oleh para ahli metodologi:

Tabel 12.1 Struktur Standar Laporan Penelitian Bisnis

No.	Komponen	Deskripsi Singkat
1	Halaman Judul	Judul penelitian, nama penulis, afiliasi, dan tanggal
2	Abstrak	Ringkasan keseluruhan penelitian dalam 150–300 kata
3	Kata Pengantar	Ucapan terima kasih dan konteks penulisan
4	Daftar Isi	Navigasi seluruh bagian laporan dengan nomor halaman
5	Bab I: Pendahuluan	Latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian
6	Bab II: Kajian Pustaka	Landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis
7	Bab III: Metode Penelitian	Desain riset, populasi, sampel, instrumen, dan teknik analisis
8	Bab IV: Hasil dan Pembahasan	Penyajian data, analisis statistik, dan interpretasi temuan
9	Bab V: Penutup	Kesimpulan, implikasi manajerial, keterbatasan, dan saran
10	Daftar Pustaka	Seluruh referensi yang dikutip, disusun sesuai format APA
11	Lampiran	Kuesioner, data mentah, output statistik, dan dokumen pendukung

Meskipun struktur di atas bersifat standar, Cooper dan Schindler (2014, hlm. 623) mengingatkan bahwa *“the format of a research report can vary depending on the audience, the purpose, and institutional requirements”*. Dalam konteks bisnis, misalnya, laporan untuk manajemen puncak mungkin lebih ringkas dan berfokus pada

rekomendasi praktis, sedangkan laporan akademik memerlukan elaborasi metodologis yang lebih mendalam.

C. Panduan Menulis Setiap Bagian Laporan

1. Abstrak: Jendela Pertama Penelitian Anda

Abstrak adalah bagian pertama yang dibaca—dan sering kali satu-satunya bagian yang dibaca—oleh pembaca yang sibuk. Creswell (2014, hlm. 222) menekankan bahwa “*an abstract should contain the major elements of the study including the research problem, the purpose, the methods, and the key findings*”. Abstrak yang baik harus mampu berdiri sendiri sebagai representasi miniatur dari keseluruhan penelitian Anda.

Panjang abstrak biasanya berkisar antara 150 hingga 300 kata, tergantung pedoman institusi. Meskipun singkat, abstrak harus mencakup lima elemen utama: latar belakang masalah, tujuan penelitian, metode yang digunakan, temuan utama, dan kesimpulan atau rekomendasi. Penulisan abstrak sebaiknya dilakukan paling akhir, setelah seluruh bagian laporan selesai ditulis, agar mencerminkan isi laporan secara akurat.



Tips Menulis Abstrak

Gunakan rumus “TMHK”: Tujuan (1–2 kalimat), Metode (1–2 kalimat), Hasil (2–3 kalimat), dan Kesimpulan (1–2 kalimat). Hindari kutipan langsung, singkatan yang tidak umum, dan tabel dalam abstrak.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, tingkat pendapatan, dan self-efficacy terhadap perencanaan pensiun anggota Polri di Polda Metro Jaya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei. Sampel berjumlah 215 responden yang dipilih melalui teknik proportionate stratified random sampling berdasarkan pangkat. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert 5 poin dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan ($\beta = 0,342$; $p < 0,01$), tingkat pendapatan ($\beta = 0,287$; $p < 0,01$), dan self-efficacy ($\beta = 0,198$; $p < 0,05$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap perencanaan pensiun, baik secara parsial maupun simultan ($F = 45,672$; $p < 0,01$; $R^2 = 0,523$). Temuan ini mengimplikasikan perlunya program pelatihan literasi keuangan yang terintegrasi dalam sistem pembinaan personel kepolisian.

Kata Kunci: literasi keuangan, perencanaan pensiun, self-efficacy, polisi, regresi berganda

2. Pendahuluan: Membangun Cerita yang Memikat

Pendahuluan adalah fondasi naratif penelitian Anda. Bagian ini harus mampu menjawab pertanyaan mendasar: *mengapa penelitian ini penting dan perlu dilakukan?* Neuman (2014, hlm. 520) menyatakan bahwa *“the introduction should capture the reader’s attention and convince them that the research topic is significant”*. Ibarat pembukaan sebuah film, pendahuluan harus membuat pembaca ingin terus membaca hingga akhir.

Pendahuluan yang efektif biasanya menggunakan pendekatan “corong” (*funnel approach*): dimulai dari konteks

luas, menyempit ke permasalahan spesifik, lalu diakhiri dengan rumusan tujuan penelitian. Pendekatan ini membantu pembaca memahami posisi penelitian Anda dalam lanskap keilmuan yang lebih besar. Anda bisa memulai dengan data statistik yang mengejutkan, fenomena bisnis terkini, atau kesenjangan (*gap*) dari penelitian-penelitian sebelumnya.

Dalam pendahuluan, pastikan Anda menuliskan komponen berikut secara runtut: latar belakang masalah yang menjelaskan konteks dan urgensi penelitian, identifikasi masalah yang merumuskan persoalan secara spesifik, rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan penelitian, tujuan penelitian yang selaras dengan rumusan masalah, serta manfaat penelitian yang mencakup kontribusi teoretis dan praktis.

3. Kajian Pustaka: Berdialog dengan Para Ahli

Kajian pustaka bukan sekadar kumpulan ringkasan buku dan jurnal, melainkan sebuah argumen koheren yang membangun fondasi teoretis penelitian Anda. Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 72) menjelaskan bahwa *“a good literature review ensures that the proper variables are included in the study, the theoretical framework is grounded, and hypotheses are testable”*. Dengan kata lain, kajian pustaka adalah jembatan antara apa yang sudah diketahui dan apa yang ingin Anda temukan.

Kunci penulisan kajian pustaka yang baik terletak pada kemampuan Anda dalam menyintesis—bukan sekadar merangkum—literatur yang ada. Alih-alih menulis “Menurut A (2020) ... Menurut B (2021) ... Menurut C (2022) ...” secara

berurutan, cobalah untuk mengelompokkan literatur berdasarkan tema atau variabel, lalu tunjukkan pola, persamaan, perbedaan, dan kesenjangan yang ada. Pendekatan tematik ini akan membuat kajian pustaka Anda terasa lebih analitis dan berbobot.

4. Metode Penelitian: Peta Jalan Riset Anda

Bagian metode penelitian harus ditulis dengan tingkat kejelasan yang memungkinkan peneliti lain untuk mereplikasi studi Anda. Creswell (2014, hlm. 235) menekankan bahwa *“the method section should contain sufficient detail so that the study could be replicated”*. Setiap keputusan metodologis yang Anda buat—mulai dari pemilihan desain riset hingga teknik analisis data—harus diuraikan secara eksplisit beserta alasan (justifikasi) di baliknya.

Dalam penulisan bagian metode, pastikan Anda menjelaskan elemen-elemen berikut secara rinci: pendekatan dan desain penelitian, populasi dan teknik sampling, definisi operasional variabel dan indikator pengukurannya, instrumen penelitian beserta hasil uji validitas dan reliabilitasnya, prosedur pengumpulan data, serta teknik analisis data yang digunakan. Sugiyono (2019, hlm. 305) menambahkan bahwa *“penulisan metode penelitian harus konsisten antara rumusan masalah, tujuan, dan teknik analisis yang dipilih”*. Konsistensi ini menunjukkan bahwa penelitian Anda dirancang dengan cermat dan terstruktur.

5. Hasil dan Pembahasan: Jantung Penelitian Anda

Bagian hasil dan pembahasan adalah inti dari laporan penelitian. Di sinilah Anda menyajikan temuan dan memberikan makna terhadap angka-angka atau narasi yang telah dikumpulkan. Cooper dan Schindler (2014, hlm. 632) membedakan secara tegas bahwa *“results describe what was found; the discussion explains what the results mean”*. Membedakan antara “hasil” dan “pembahasan” adalah keterampilan penting yang harus dikuasai setiap peneliti.

Penyajian hasil sebaiknya mengikuti urutan rumusan masalah atau hipotesis yang telah ditetapkan di bagian awal. Untuk penelitian kuantitatif, sajikan statistik deskriptif terlebih dahulu (profil responden, distribusi frekuensi, rata-rata), baru kemudian statistik inferensial (hasil uji hipotesis). Setiap tabel atau grafik yang ditampilkan harus diberi penjelasan naratif yang memadai—jangan biarkan pembaca menafsirkan sendiri tanpa panduan Anda.

Dalam bagian pembahasan, hubungkan temuan Anda dengan teori dan penelitian terdahulu yang telah dikaji di bab kajian pustaka. Neuman (2014, hlm. 530) menekankan pentingnya menjawab pertanyaan: *“Do the results support or contradict existing theories? How do they compare with previous findings?”* Pembahasan yang baik tidak hanya mengonfirmasi hipotesis, tetapi juga menjelaskan mengapa hipotesis diterima atau ditolak, serta apa implikasinya bagi teori dan praktik bisnis.



Kesalahan Umum dalam Penulisan Hasil

Hindari tiga kesalahan klasik: (1) menyajikan tabel tanpa narasi

penjelasan, (2) mengulangi angka-angka dari tabel dalam teks secara verbatim tanpa interpretasi, dan (3) mencampuradukkan antara hasil (fakta) dan pembahasan (interpretasi) dalam paragraf yang sama.

6. Penutup: Kesimpulan, Implikasi, dan Saran

Bagian penutup merupakan muara dari seluruh proses penelitian Anda. Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 316) menjelaskan bahwa *“the conclusion should provide a succinct summary of the findings and their implications for management practice and future research”*. Kesimpulan yang baik bukan sekadar mengulang temuan, melainkan menyaring esensi dari seluruh penelitian ke dalam pernyataan yang ringkas dan bermakna.

Bagian penutup idealnya mencakup tiga komponen utama. Pertama, kesimpulan yang menjawab setiap rumusan masalah secara langsung dan jelas. Kedua, implikasi penelitian yang terdiri dari implikasi teoretis (kontribusi terhadap perkembangan ilmu) dan implikasi manajerial (rekomendasi praktis bagi perusahaan atau organisasi). Ketiga, keterbatasan penelitian beserta saran untuk penelitian selanjutnya. Mengakui keterbatasan bukan berarti melemahkan riset Anda, justru hal itu menunjukkan kejujuran intelektual dan membuka peluang bagi peneliti lain untuk menyempurnakan studi Anda.

D. Teknik Penulisan yang Efektif

Menulis laporan penelitian memerlukan keterampilan yang berbeda dari menulis esai atau artikel populer. Ada beberapa prinsip

penulisan akademik yang perlu Anda kuasai agar laporan Anda terbaca profesional, kredibel, dan mudah dipahami.

1. Gunakan Bahasa yang Jelas dan Lugas

Salah satu mitos dalam penulisan akademik adalah bahwa semakin rumit kalimatnya, semakin berbobot penelitiannya. Ini jelas keliru. Neuman (2014, hlm. 518) dengan tegas menyatakan bahwa *“good writing is clear, concise, and well-organized; it communicates ideas effectively to the reader”*. Gunakan kalimat yang langsung ke inti (*straightforward*), hindari pengulangan yang tidak perlu, dan pastikan setiap paragraf memiliki satu gagasan utama yang jelas.

Perhatikan contoh perbedaan berikut: kalimat “Dengan mempertimbangkan berbagai aspek dan dimensi yang berkaitan dengan fenomena yang menjadi objek dalam penelitian ini, maka dapatlah kiranya disimpulkan bahwa...” jauh lebih baik jika ditulis “Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa...” Kalimat kedua lebih pendek, lebih jelas, dan lebih profesional.

2. Konsisten dalam Format dan Gaya Penulisan

Konsistensi adalah cerminan ketelitian seorang peneliti. Pastikan Anda konsisten dalam penggunaan istilah (jangan berganti-ganti antara “responden” dan “partisipan” tanpa alasan yang jelas), format penulisan angka (konsisten antara penulisan angka atau huruf), gaya kutipan (satu format APA dari awal hingga akhir), dan format tabel serta gambar

(penomoran, judul, dan sumber harus seragam). American Psychological Association (2020, hlm. 61) menekankan bahwa *“consistency in the use of language is important for clear communication”*.

3. Hindari Plagiarisme: Kutip dan Parafrasa dengan Benar

Integritas akademik adalah fondasi dari setiap karya ilmiah. Setiap ide, teori, atau temuan yang bukan milik Anda harus diberi atribusi yang jelas. Untuk kutipan langsung, gunakan tanda kutip dan sertakan halaman. Untuk parafrasa, nyatakan ulang ide dengan kata-kata Anda sendiri tanpa mengubah makna aslinya, dan tetap cantumkan sumbernya. Sugiyono (2019, hlm. 408) mengingatkan bahwa *“penulisan karya ilmiah harus menghindari plagiarisme dengan cara melakukan kutipan dan parafrasa yang tepat”*.

E. Seni Menyajikan Data secara Visual

Data yang disajikan secara visual memiliki kekuatan komunikasi yang jauh lebih besar dibandingkan deretan angka dalam paragraf. Cooper dan Schindler (2014, hlm. 638) menyatakan bahwa *“graphics can communicate complex data more efficiently and with greater impact than text alone”*. Tabel, grafik, dan diagram bukan sekadar hiasan, melainkan alat bantu yang membantu pembaca memahami pola, tren, dan hubungan dalam data Anda.

1. Kapan Menggunakan Tabel vs. Grafik

Pemilihan antara tabel dan grafik bergantung pada tujuan penyajian. Tabel cocok digunakan ketika Anda ingin menyajikan nilai numerik yang tepat dan perbandingan detail

antar variabel. Grafik lebih efektif ketika Anda ingin menunjukkan tren, pola, atau proporsi secara visual. Grafik batang (*bar chart*) cocok untuk perbandingan antar kategori, grafik garis (*line chart*) untuk menunjukkan tren waktu, dan diagram lingkaran (*pie chart*) untuk menampilkan proporsi—meskipun penggunaannya semakin tidak dianjurkan jika kategorinya lebih dari lima.

2. Panduan Format Tabel dan Gambar APA

American Psychological Association (2020, hlm. 195) memberikan panduan yang jelas mengenai format tabel: setiap tabel harus memiliki nomor tabel (ditulis tebal, misalnya Tabel 4.1), judul tabel yang deskriptif dan ditulis miring di bawah nomor tabel, catatan tabel di bawah garis penutup tabel untuk menjelaskan singkatan atau simbol, dan garis horizontal hanya di bagian atas, di bawah header kolom, dan di bagian bawah tabel (tanpa garis vertikal). Untuk gambar, prinsipnya serupa: setiap gambar harus bernomor, memiliki judul deskriptif, dan keterangan yang memadai.

F. Menyusun Daftar Pustaka dengan Format APA

Daftar pustaka merupakan bukti kredibilitas dan kedalaman kajian Anda. American Psychological Association (2020, hlm. 281) memberikan panduan terperinci mengenai format penulisan referensi untuk berbagai jenis sumber. Berikut adalah contoh penulisan beberapa jenis referensi yang paling umum digunakan dalam penelitian bisnis:

Contoh Daftar Pustaka (APA Style Edisi 7)

- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

G. Komunikasi Hasil Riset: Dari Laporan ke Presentasi

Menulis laporan yang baik saja tidak cukup. Dalam dunia bisnis, kemampuan mempresentasikan hasil riset secara lisan sama pentingnya dengan kemampuan menuliskannya. Cooper dan Schindler (2014, hlm. 645) mengamati bahwa *“many research projects fail not because the research was poor, but because the findings were not communicated effectively to decision makers”*. Presentasi yang baik mengubah data menjadi narasi yang menggerakkan tindakan.

1. Menyiapkan Presentasi yang Efektif

Presentasi hasil riset memiliki karakteristik yang berbeda dari laporan tertulis. Jika laporan bersifat komprehensif dan detail, presentasi harus bersifat selektif dan berfokus pada temuan-temuan kunci. Sekaran dan Bougie (2016, hlm. 320) menyarankan bahwa presentasi riset yang

efektif harus mengikuti prinsip kejelasan, kesederhanaan, dan relevansi. Audiens bisnis menginginkan jawaban atas pertanyaan “Lalu apa? Apa artinya bagi kita?” lebih dari sekadar tabel statistik yang rumit.

Berikut adalah pedoman praktis dalam menyiapkan presentasi hasil riset. Pertama, kenali audiens Anda: presentasi untuk dewan direksi akan berbeda dengan presentasi di seminar akademik. Kedua, gunakan prinsip “10-20-30” dari Guy Kawasaki: maksimal 10 slide, maksimal 20 menit, dan ukuran font minimal 30 poin. Ketiga, mulailah dengan temuan utama (*lead with the headline*), baru kemudian jelaskan bukti pendukungnya. Keempat, gunakan visualisasi data yang sederhana dan mudah dicerna. Kelima, tutup dengan rekomendasi yang konkret dan dapat ditindaklanjuti (*actionable*).

2. Struktur Presentasi Riset

Tabel 12.2 Struktur Presentasi Hasil Riset (Durasi 20–30 Menit)

Bagian	Durasi	Konten Utama
Pembukaan	2–3 menit	Hook, konteks masalah, tujuan riset
Metodologi	2–3 menit	Ringkasan desain, sampel, dan teknik analisis
Temuan Utama	8–10 menit	3–5 temuan kunci dengan visualisasi data
Pembahasan	3–5 menit	Interpretasi, implikasi, dan rekomendasi
Tanya Jawab	5–10 menit	Diskusi interaktif dengan audiens

3. Menghadapi Sesi Tanya Jawab

Sesi tanya jawab sering kali menjadi bagian yang paling menegangkan sekaligus paling penting dari presentasi riset. Ini adalah momen di mana kredibilitas Anda sebagai peneliti benar-benar diuji. Neuman (2014, hlm. 535) menyarankan agar peneliti bersiap dengan memahami secara mendalam keterbatasan penelitiannya, karena pertanyaan kritis biasanya menyoroti titik-titik lemah tersebut.

Beberapa strategi untuk menghadapi sesi tanya jawab antara lain: dengarkan pertanyaan secara penuh sebelum menjawab, ulangi pertanyaan agar seluruh audiens mendengar, jawab dengan jujur dan ringkas, serta jangan takut mengatakan “Saya belum memiliki data untuk menjawab pertanyaan tersebut, tetapi ini adalah area yang menarik untuk penelitian lanjutan” jika memang Anda tidak memiliki jawabannya. Kejujuran jauh lebih dihargai daripada jawaban yang dipaksakan.

H. Contoh Garis Besar Laporan Penelitian

Untuk membantu Anda memahami keseluruhan alur penulisan laporan, berikut disajikan contoh garis besar laporan penelitian bisnis secara lengkap. Contoh ini menggunakan kasus penelitian tentang perencanaan pensiun anggota kepolisian yang telah disinggung dalam contoh abstrak sebelumnya.

CONTOH GARIS BESAR LAPORAN PENELITIAN

HALAMAN JUDUL

“Pengaruh Literasi Keuangan, Tingkat Pendapatan, dan Self-Efficacy terhadap Perencanaan Pensiun Anggota Polri di Polda Metro Jaya”

ABSTRAK

(Lihat Contoh 12.1 pada halaman sebelumnya)

BAB I – PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang – Data pensiun dini Polri, fenomena kesulitan ekonomi pasca-pensiun, gap penelitian sebelumnya
- 1.2 Rumusan Masalah – Tiga pertanyaan penelitian (pengaruh parsial dan simultan)
- 1.3 Tujuan Penelitian – Selaras dengan rumusan masalah
- 1.4 Manfaat Penelitian – Teoretis (pengembangan teori financial planning) dan praktis (rekomendasi bagi Mabes Polri)

BAB II – KAJIAN PUSTAKA

- 2.1 Landasan Teori – Teori Perencanaan Keuangan (Lusardi & Mitchell), Teori Self-Efficacy (Bandura), Life-Cycle Hypothesis (Modigliani)
- 2.2 Penelitian Terdahulu – Minimal 10 penelitian relevan, disintesis secara tematik
- 2.3 Kerangka Pemikiran – Model konseptual hubungan antar variabel
- 2.4 Hipotesis Penelitian – H1, H2, H3 (parsial) dan H4 (simultan)

BAB III – METODE PENELITIAN

- 3.1 Desain Penelitian – Kuantitatif, kausal, cross-sectional
- 3.2 Populasi dan Sampel – N = 480 anggota Polda Metro Jaya; n = 215 (rumus Slovin)
- 3.3 Definisi Operasional Variabel – Tabel indikator dan skala Likert
- 3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas – Corrected item-total correlation > 0,30; Cronbach’s Alpha > 0,70
- 3.5 Teknik Analisis Data – Uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t dan F

BAB IV – HASIL DAN PEMBAHASAN

- 4.1 Gambaran Umum Responden – Profil demografi (usia, pangkat, masa dinas, pendidikan)

4.2 Statistik Deskriptif – Mean, standar deviasi, distribusi jawaban per variabel

4.3 Uji Asumsi Klasik – Normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas

4.4 Hasil Uji Hipotesis – Tabel regresi, uji t, uji F, koefisien determinasi (R^2)

4.5 Pembahasan – Interpretasi setiap hipotesis, keterkaitan dengan teori dan penelitian terdahulu

BAB V – PENUTUP

5.1 Kesimpulan – Jawaban atas setiap rumusan masalah

5.2 Implikasi Manajerial – Rekomendasi konkret bagi Mabes Polri dan instansi terkait

5.3 Keterbatasan Penelitian – Cakupan wilayah, variabel, dan metode

5.4 Saran untuk Penelitian Selanjutnya – Perluasan sampel, penambahan variabel moderasi, metode campuran

DAFTAR PUSTAKA

Disusun secara alfabetis mengikuti format APA Style Edisi 7

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

Lampiran 2: Tabulasi Data

Lampiran 3: Output SPSS (Uji Validitas, Reliabilitas, Regresi)

Lampiran 4: Surat Izin Penelitian

I. Checklist Penulisan Laporan Penelitian

Sebelum menyerahkan laporan akhir, gunakan daftar periksa berikut untuk memastikan kualitas laporan Anda. Daftar ini disusun berdasarkan rekomendasi dari berbagai sumber metodologi yang telah dikutip sepanjang bab ini:

Tabel 12.3 Checklist Kualitas Laporan Penelitian

✓ Komponen	Kriteria Pengecekan
Abstrak	Mencakup tujuan, metode, hasil utama, dan kesimpulan dalam 150–300 kata
Pendahuluan	Konteks jelas, masalah teridentifikasi, rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan, tujuan selaras
Kajian Pustaka	Disintesis secara tematik, kerangka pemikiran jelas, hipotesis dapat diuji
Metode	Detail cukup untuk replikasi; desain, sampel, instrumen, dan analisis dijelaskan
Hasil	Disajikan sesuai urutan rumusan masalah, tabel/grafik diberi narasi penjelasan
Pembahasan	Temuan dihubungkan dengan teori dan penelitian terdahulu, implikasi dijelaskan
Penutup	Kesimpulan menjawab rumusan masalah, keterbatasan diakui, saran diberikan
Referensi	Semua kutipan tercantum dalam daftar pustaka, format APA konsisten
Format	Penomoran halaman, konsistensi font dan spasi, tabel/gambar bernomor
Bahasa	Jelas, lugas, bebas dari kesalahan tata bahasa, dan bebas plagiarisme

J. Rangkuman

Penulisan laporan dan komunikasi hasil riset merupakan tahap akhir yang tidak kalah pentingnya dari tahap-tahap sebelumnya. Laporan penelitian yang baik memiliki struktur yang sistematis, bahasa yang jelas dan lugas, penyajian data yang informatif, serta kesimpulan yang menjawab pertanyaan penelitian secara tepat. Kemampuan mempresentasikan hasil riset secara lisan juga menjadi

kompetensi esensial, khususnya dalam konteks bisnis di mana pengambil keputusan membutuhkan informasi yang ringkas, relevan, dan dapat ditindaklanjuti.

Ingatlah pesan inti dari bab ini: riset yang hebat tanpa laporan yang baik akan tenggelam tanpa dampak, sementara laporan yang baik tanpa riset yang kuat hanyalah kemasan tanpa substansi. Keduanya harus berjalan seiring. Dengan menguasai teknik penulisan dan komunikasi yang telah dibahas dalam bab ini, Anda siap untuk menghasilkan karya ilmiah yang tidak hanya memenuhi standar akademik, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi dunia bisnis dan organisasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Agresti, A., & Franklin, C. (2013). *Statistics: The art and science of learning from data* (3rd ed.). Pearson Education.
- Aguinis, H., Ramani, R. S., & Alabduljader, N. (2018). What you see is what you get? Enhancing methodological transparency in management research. *Academy of Management Annals*, 12(1), 83–110.
- Alan Bryman. (2022). *Social Research Methods* (6th ed.). Oxford: Oxford University Press.
- Alan Bryman., Emma Bell., Bill Harley., & Geoffrey Symon. (2024). *Business research methods* (6th ed.). Oxford University Press.
- Al-Hussaini, A., (2022). *International Journal of Human Resource Management*
- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). American Psychological Association.
- Anderson, D. R., Sweeney, D. J., Williams, T. A., Camm, J. D., & Cochran, J. J. (2020). *Essentials of statistics for business and economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azoury, M., Kaissi, B., & Attieh, L. (2018). Research ethics. In *Modernizing the Academic Teaching and Research Environment: Methodologies and Cases in Business Research* (pp. 111–126). Springer.
- Babbie, E. R. (2020). *The practice of social research* (15th ed.). Cengage Learning.
- Başol, G. (2008). *Scientific Research Process and Method*. 2020. file:///C:/Users/afreen/Downloads/5.BOLUM.arstek.pdf
- Bazeley, P. (2013). *Qualitative data analysis: Practical strategies*. SAGE Publications.
- Berg, B. L., & Lune, H. (2017). *Qualitative research methods for the social sciences* (9th ed.). Pearson Education.

- Blumberg, B., Cooper, D., & Schindler, P. (2014). EBOOK: Business research methods. McGraw Hill.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2025). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach* (9th ed.). John Wiley & Sons.
- Braun, V., & Clarke, V. (2012). Thematic analysis. In H. Cooper (Ed.), *APA handbook of research methods in psychology*, Vol. 2: Research designs (pp. 57–71). American Psychological Association.
- Bryman, A. (2016). Social Research Method. In *Social Research Method* (Issue Fifth Edition).
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business research methods* (4th ed.). Oxford University Press.
- Cavana, R. Y., Delahaye, B. L., & Sekaran, U. (2001). *Applied business research: Qualitative and quantitative methods*. John Wiley & Sons.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). SAGE Publications.
- Chen, X., Yu, Z., & Zhang, S. (2016). Development and validation of a scale for measuring user engagement. *Journal of Educational and Behavioral Statistics*, 41(6), 1–20.
- Cheng, T. J., & Chen, C. H. (2020). Development and validation of a measurement instrument for online learning engagement. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 1–17.
- Colton, D., & Covert, R. W. (2021). *Designing and constructing instruments for social research and evaluation*. Wiley.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill Education.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business research methods* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4th ed.). SAGE Publications.

- Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approachess* (4th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2015). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (3rd ed.). Sage London.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Davenport, T. H., & Bean, R. (2021). Data and analytics in the age of AI. *MIT Sloan Management Review*, 62(3), 1–10.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The Sage Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Earl Babbie. (2024). *The practice of social research* (16th ed.). Cengage Learning.
- Easterby-Smith, M., Thorpe, R., & Jackson, P. R. (2015). *Management and business research* (5th ed.). SAGE Publications.

- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research* (6th ed.). SAGE Publications.
- Gangadharan, K., et al (2024). From data to decisions: The transformational power of machine learning in business recommendations. *arXiv Preprint*.
- Gibbs, G. R. (2007). *Analyzing qualitative data*. SAGE Publications.
- Given, L. M. (Ed.). (2008). *The SAGE encyclopedia of qualitative research methods*. SAGE Publications.
- Górka, E., Baran, D., Wojak, G., Ćwiakała, M., Zupok, S., Starkowski, D., Reško, D., & Okrasa, O. (2025). The impact of artificial intelligence on enterprise decision-making process. *arXiv Preprint*.
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2017). *Statistics for the behavioral sciences* (10th ed.). Cengage Learning.
- Guest, G., MacQueen, K. M., & Namey, E. E. (2012). *Applied thematic analysis*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., et al (2020). *Essentials of business research methods* (4th ed.). Routledge.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Huberman, A. M., & Miles, M. B. (2002). *The qualitative researcher's companion*. SAGE Publications.
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2016). *Metodologi penelitian bisnis untuk akuntansi dan manajemen* (Edisi ke-2). BPFE Yogyakarta.
- John W. Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.

- John W. Creswell, J. W., & J. David Creswell. (2023). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (6th ed.). Sage Publications.
- John W. Creswell., & J. David Creswell. (2022). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (6th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- John W. Creswell., & Vicki L. Plano Clark. (2023). Designing and Conducting Mixed Methods Research (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Johnny Saldaña. (2023). Qualitative Research: Analyzing Life. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Johnson, R. B., & Christensen, L. (2017). Educational research: Quantitative, qualitative, and mixed approaches (6th ed.). SAGE Publications.
- Joseph F. Hair Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.). Sage Publications.
- Joseph Schumpeter. (2022). The theory of economic development (reprint ed.). Routledge.
- Jum Nunnally, J. C. (1978). Psychometric theory (2nd ed.). McGraw-Hill.
- Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). Foundations of behavioral research (4th ed.). Harcourt College Publishers.
- Kothari, C. R. (2004). Research methodology: Methods and techniques (2nd ed.). New Age International Publishers.
- Kothari, C. R. (2004). Research methodology: Methods and techniques (2nd ed.). New Age International Publishers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education.
- Kraus, S., et al. (2022). Technological Forecasting and Social Change
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). Focus Groups A Practical Guide for Applied Research (5th ed.). SAGE Publications.
- Kumar, R. (2019). Research methodology: A step-by-step guide for beginners (5th ed.). SAGE Publications.

- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews Learning the Craft of Qualitative* (3rd ed.). SAGE Publications Inc.
- Lee, C. J., & Jeon, H. S. (2021). Development and validation of a quantitative instrument in social science research. *Sustainability*, 13(4), 1–15.
- Leedy, P. D., & Ormrod, J. E. (2019). *Practical research: Planning and design* (12th ed.). Pearson Education.
- Liew, J. M., Wang, Q., & Vaughn, S. (2017). Development and validation of a math interest inventory for students. *Learning and Individual Differences*, 59, 1–10.
- Luu, T. T., et al. (2021). *Journal of Business Research*
- Malhotra, N. K. (2019). *Marketing Research: An Applied Orientation* (7th ed.). Pearson.
- Malhotra, N. K. (2020). *Marketing research: An applied orientation* (7th ed.). Pearson Education.
- Mark Saunders., Philip Lewis., & Adrian Thornhill. (2023). *Research methods for business students* (9th ed.). Pearson Education.
- Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Melović, B., et al (2021). Strategic business decision making: The use and relevance of marketing metrics and knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 25(7), 1757–1777.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). SAGE Publications.
- N.K. Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research Methods for Business Students*. In *Synthese* (8th ed., pp. 1–867). Pearson. www.pearson.com/uk
- Nazir Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (7th ed.). Pearson Education.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approachess* (7th ed.). Pearson.

- Palaskar, J. (2018). Research ethics. *Journal of Dental & Allied Sciences*, 7(1).
- Pallant, J. (2020). *SPSS survival manual: A step by step guide to data analysis using IBM SPSS (7th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Patricia Leavy. (2022). *Research Design: Quantitative, Qualitative, Mixed Methods, Arts-Based, and Community-Based Participatory Research Approaches*. New York: Guilford Press.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Prasetyo, P. E., et al. (2021). *Journal of Asian Finance, Economics and Business*
- Ranjit Kumar. (2023). *Research methodology: A step-by-step guide for beginners (6th ed.)*. Sage Publications.
- Ratnasari, E. D., et al (2022). The effect of business strategy, market orientation, and innovation capability on firm performance in Indonesia. *BIRCI Journal*, 5(2), 14123–14133.
- Riduwan, & Sunarto. (2017). *Pengantar statistika untuk penelitian pendidikan, sosial, ekonomi, komunikasi, dan bisnis*. Alfabeta.
- Robert F. DeVellis., & Carol T. Thorpe. (2022). *Scale Development: Theory and Applications (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Robert V. Krejcie & Daryle W. Morgan. 1970. Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*.
- Ruane, J. M., Mustika, M. S., & Zakkie, I. M. (2021). *Etika Penelitian yang Sebaiknya Dilakukan: Seri Dasar-Dasar Metode Penelitian*. Nusamedia.
- Rumani, D. D. (2025). *ANALISIS RISET BISNIS*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi penelitian bisnis*. Salemba Empat.

- Saunders, M. N, Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research Methode For Business Students. In Pearson Education (8Th ed.). Pearson Education.
- Saunders, M., et al (2022). Research methods for business students (9th ed.). Pearson.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). Research methods for business students (8th ed.). Pearson Education.
- Sekaran, U. (2003). Null and Alternate Hypotheses. In Research Methods Fro Business: A Skill Building Approach. <http://amzn.com/0471203661>
- Sekaran, U. (2003). Research methods for business: A skill-building approach (4th ed.). John Wiley & Sons
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill building approach (7th ed.). Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). Research methods for business: A skill-building approachh (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). Research methods for business: A skill-building approach (8th ed.). Wiley.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (8 (ed.)). Wiley.
- Sekaran, Umar; Bougie, R. (2013). Research Method for Business. Willey.
- Sekaran., & Roger Bougie. (2020). Research Methods for Business: A Skill-Building Approach (8th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Sharlene Nagy Hesse-Biber. (2023). The Practice of Qualitative Research (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Silverman, D. (2017). Doing qualitative research (5th ed.). SAGE Publications.
- Singh, S. (2012). Ethics in research. Indian Journal of Dermatology, Venereology and Leprology, 78, 411.
- Sudiantini, D., et al (2024). Utilization of business intelligence in business decision making. Jurnal Riset Ilmiah, 3(2), 45–55.
- Sudjana. (2005). Metode Statistika. Bandung: Tarsito.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D (Edisi ke-2)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&DD*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics (7th ed.)*. Pearson Education.
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (2010). *SAGE handbook of mixed methods in social and behavioral research (2nd ed.)*. SAGE Publications.
- Uma Sekaran, U., & Roger Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach (7th ed.)*. Wiley.
- Uma Sekaran., & Roger Bougie. (2022). *Research methods for business: A skill-building approach (9th ed.)*. Wiley.
- Umar, H. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis (Edisi ke-2)*. Raja Grafindo Persada.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Wang, K., et al. (2021). Development and validation of a measurement instrument: A psychometric approach. *Frontiers in Psychology*, 12, 1–12.
- William G. Zikmund., Barry J. Babin., Jon C. Carr., & Mitch Griffin. (2023). *Business research methods (11th ed.)*. Cengage Learning.

- Yin, R. K. (2018). Case Study Research and Application Design and Method (6Th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.
- Yin, R. K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). SAGE Publications.
- Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). Business research methods (9th ed.). Cengage Learning.
- Zikmund, W. G., et. Al (2021). Business research methods (10th ed.). Cengage Learning.



📍 Jl. R.A Kartini, Kota Payakumbuh - Sumatera Barat

✉ serasimedia04@gmail.com

☎ 0851-6158-1501

🌐 serasimedia.com

ISBN 978-634-7800-44-2 (PDF)



9

786347

800442