



STRATEGI DAN META ANALISIS DALAM PENELITIAN BISNIS



Rusydi Fauzan, Rida Ristiyana, Luluk Tri Harinie,
Arief Yanto Rukmana, Yeni Januarsi, Unggul Sagena,
Frisky Jeremy Kasingku, Dwi Budi Srisulistiwati,
Daniel Kurniawan, Danny Philipe Bukidz, Carmel Meiden

STRATEGI DAN META ANALISIS DALAM PENELITIAN BISNIS

Penulis:

Rusydi Fauzan

Rida Ristiyana

Luluk Tri Harinie

Arief Yanto Rukmana

Yeni Januarsi

Unggul Sagena

Frisky Jeremy Kasingku

Dwi Budi Srisulistiowati

Daniel Kurniawan

Danny Philipe Bukidz

Carmel Meiden



PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

**STRATEGI DAN META ANALISIS
DALAM PENELITIAN BISNIS**

Penulis :

Rusydi Fauzan
Rida Ristiyana
Luluk Tri Harinie
Arief Yanto Rukmana
Yeni Januarsi
Unggul Sagena
Frisky Jeremy Kasingku
Dwi Budi Srisulistiowati
Daniel Kurniawan
Danny Philipe Bukidz
Carmel Meiden

ISBN : 978-623-198-423-4

Editor : Nanny Mayasari, M.Pd., CQMS

Penyunting: Diana Purnama Sari, MM

Desain Sampul dan Tata Letak : Tri Putri Wahyuni, S.Pd.

Penerbit : PT GLOBAL EKSEKUTIF TEKNOLOGI

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jl. Pasir Sebelah No. 30 RT 002 RW 001
Kelurahan Pasie Nan Tigo Kecamatan Koto Tengah
Padang Sumatera Barat

Website : www.globaleksekutifteknologi.co.id

Email : globaleksekutifteknologi@gmail.com

Cetakan pertama, Juni 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk
dan dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Selamat datang dalam buku “Strategi dan Meta Analisis dalam Penelitian Bisnis”. Penelitian Bisnis merupakan bidang yang terus berkembang dan memiliki peran yang sangat penting dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan strategi bisnis.

Buku ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang penggunaan strategi dan meta analisis dalam konteks penelitian bisnis. Strategi merupakan alat yang penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan bisnisnya, sedangkan meta analisis merupakan pendekatan yang sistematis dan terinci dalam menggabungkan hasil-hasil penelitian yang relevan.

Melalui buku ini, kami berharap para pembaca akan mendapatkan wawasan yang mendalam tentang bagaimana strategi dapat diterapkan dalam penelitian bisnis, baik dalam konteks analisis internal maupun eksternal. Kami juga akan membahas secara rinci tentang meta analisis, metode yang memungkinkan untuk menyintesis dan menggabungkan temuan dari studi-studi sebelumnya, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih kuat dan lebih luas mengenai topik penelitian tertentu.

Selain itu, buku ini juga memberikan contoh-contoh praktis, penduan Langkah demi Langkah yang berguna dalam melakukan strategi dan meta analisis dalam penelitian bisnis. Kami berharap bahwa buku ini akan menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi peneliti, mahasiswa, praktisi bisnis, dan siapapun yang tertarik dalam mengembangkan pengetahuan mereka di bidang ini.

Akhirnya, kami ingin menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua penulis dan penerbit PT Global Eksekutif Teknologi yang telah memfasilitasi dalam rangka pembuatan buku ini. Tanpa dukungan mereka, buku ini tidak akan menjadi kenyataan.

Selamat menikmati perjalanan Anda dalam memahami dan menerapkan strategi dan meta analisis dalam penelitian bisnis. Semoga buku ini dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan pengetahuan dan kesuksesan dalam dunia bisnis. Terimakasih.

Padang, Juni 2023
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB 1 PENGANTAR META ANALISIS.....	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Definisi Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis.....	3
1.3 Tujuan Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis	3
1.4 Manfaat Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis.....	6
1.5 Langkah Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis	19
1.6 Kelebihan dan Kekurangan Meta Analisis.....	21
1.7 Strategi Memaksimalkan Penggunaan	24
1.8 Tren dan Peluang.....	26
1.9 Penutup	29
DAFTAR PUSTAKA.....	31
BAB 2 KONSEP DASAR PENELITIAN BISNIS.....	33
2.1 Pendahuluan	33
2.2 Pengertian Penelitian Bisnis	33
2.3 Karakteristik Penelitian ilmiah/Bisnis.....	34
2.4 Ragam Penelitian	35
2.5 Konsep Dasar Penelitian Bisnis	35
2.5.1 Proses Berpikir	35
2.5.2 Sikap ilmiah.....	36
2.5.3 Konsep dan Konsepsi.....	37
2.5.4 Variabel dan Hubungan Asimetris	37
2.5.5 Definisi Operasional dan Kerangka Berpikir	38

2.5.6 Peranan Teori Dalam Penelitian.....	38
2.5.7 Perumusan Masalah Penelitian.....	38
2.5.8 Hipotesis	38
2.6 Tahapan Dalam Penelitian Bisnis	39
2.7 Etika Penelitian.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
BAB 3. PENELITIAN METODE SURVEI.....	41
3.1 Pendahuluan	41
3.2 Sejarah Penggunaan Penelitian Metode Survei	42
3.3 Tujuan Penggunaan Penelitian Metode Survei	44
3.4 Kekuatan dan Kelemahan Penelitian Metode Survei.....	45
3.4.1 Kekuatan Survei	45
3.4.2 Kelemahan Survei.....	45
3.5 Proses Penelitian Metode Survei	46
3.5.1 Desain Penelitian Metode Survei.....	46
3.5.2 Pengembangan Instrumen Metode Survei.....	52
3.5.3 Pelaksanaan Penelitian Metode Survei.....	52
3.5.4 Analisis Data dan Pelaporan Hasil Penelitian.....	53
3.6 Kesalahan Dalam Penelitian Metode Survei	54
DAFTAR PUSTAKA	58
BAB 4. SURVEI INTERNET	61
4.1 Pendahuluan	61
4.2 Latar Belakang dan Sejarah Survei Internet.....	62
4.3 Survei Internet dalam Riset Bisnis.....	63
4.3.1 Teknik Pengambilan Sampel	64
4.3.2 Desain Kuesioner	66

4.3.3	Pengumpulan Data.....	67
4.3.4	Analisis Data	69
4.4	Tantangan Survei Internet dalam Riset Bisnis.....	70
4.4.1	Sampling Bias	70
4.4.2	Bias Non-Respon.....	70
4.4.3	Bias Pemilihan Diri	71
4.4.4	Bias Keinginan Sosial	71
4.4.5	Masalah Desain Survei	71
4.4.6	Masalah Keamanan dan Privasi Data	71
4.4.7	Masalah Teknis	71
4.5	Aplikasi Survei Internet dalam Riset Bisnis	72
4.5.1	Riset Pasar	72
4.5.2	Kepuasan Pelanggan	72
4.5.3	Survei Karyawan.....	72
4.5.4	Opini Publik.....	72
4.5.5	Penelitian Akademik.....	73
4.5.6	Penelitian Nirlaba.....	73
4.6	Membandingkan Survei Internet.....	73
4.6.1	Biaya	73
4.6.2	Kecepatan.....	74
4.6.3	Jangkauan.....	74
4.6.4	Tingkat Respons.....	74
4.6.5	Kualitas Data	74
4.6.6	Bias	74
4.7	Aplikasi Survei Internet dan Meta-Analisis	75
4.7.1	Menilai Kepuasan Pelanggan	75

4.7.2 Mengidentifikasi Tren Pasar	75
4.7.3 Mengevaluasi Keefektifan Kampanye Periklanan .	75
4.7.4 Mengukur Kepuasan Karyawan	76
4.7.5 Menganalisis dampak perubahan kebijakan.....	76
4.8 Masa Depan Survei Internet.....	76
4.8.1 Meningkatnya Penggunaan Perangkat Seluler.....	77
4.8.2 Kemajuan teknologi.....	77
4.8.3 Perubahan Peraturan Privasi	77
4.8.4 Fokus pada keterlibatan responden.....	78
4.8.5 Integrasi Dengan Sumber Data Lain.....	78
4.9 Kesimpulan.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
BAB 5 <u>PENELITIAN STUDI KASUS</u> <u>AKUNTANSI</u>	85
5.1 Pendahuluan	85
5.2 Definisi Metode Penelitian Studi Kasus	86
5.3. Kapan Studi Kasus Digunakan.....	91
5.4 Langkah-Langkah Melakukan Penelitian	92
5.5 Menyajikan Hasil penelitian Studi Kasus	95
5.6. Kelebihan dan Keterbatasan Penelitian Studi	96
5.7 Beberapa Contoh Penelitian Studi Kasus.....	97
DAFTAR PUSTAKA	101
BAB 6 <u>PROSES PENYUSUNAN STUDI KASUS</u>.....	104
6.1 Pendahuluan	104
6.2 Tinjauan Teoretis Studi Kasus.....	105
6.3 Relevansi Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif.....	107
6.4 Proses Penyusunan Studi Kasus.....	108

6.5 Kelebihan dan Kelemahan Studi Kasus.....	110
DAFTAR PUSTAKA.....	114
BAB 7 METODE EKSPERIMEN LABORATORIUM	115
7.1 Pendahuluan	115
7.2 Metode Riset Eksperimen.....	115
7.3 Desain Eksperimen Laboratorium	119
7.4 Teknik Manipulasi dan Implementasi	121
7.5 Kesimpulan.....	126
DAFTAR PUSTAKA.....	127
BAB 8 METODE EKSPERIMEN LAPANGAN BERBASIS	128
8.1 Pendahuluan	128
8.2 Metode Eksperimen	128
8.3 Eksperimen Lapangan Berbasis Internet	129
DAFTAR PUSTAKA.....	137
BAB 9 STRATEGI PENELITIAN ETNOGRAFI.....	138
9.1 Pendahuluan	138
9.2 Segala tentang Etnografi	139
9.3 Etnografi dalam Bisnis.....	142
9.4 Merancang Penelitian Etnografi.....	144
9.5 Etnografi di Lapangan	146
9.6 Analisis Data.....	149
9.7 Sekilas tentang Netnografi.....	153
DAFTAR PUSTAKA.....	156
BAB 10 PENDEKATAN FENOMENOLOGI.....	158
10.1 Pendahuluan	158
10.1.1 Sejarah dan pengembangan.....	158

10.1.2 Tujuan penelitian.....	159
10.1.3 Manfaat pendekatan fenomenologis	160
10.2 Dasar Teori Fenomenologi.....	161
10.2.1 Prinsip-prinsip dasar fenomenologi.....	162
10.2.2 Pemikiran Tokoh-Tokoh.....	164
10.2.3 Teknik analisis data	165
10.3 Metode Penelitian Fenomenologis	167
10.3.1 Desain Penelitian	168
10.3.2 Teknik pengumpulan data.....	171
10.3.3 Perbedaan antara pendekatan fenomenologis.....	172
10.4 Implementasi Pendekatan Fenomenologis	174
10.5 Kelebihan dan Keterbatasan Pendekatan	176
10.6 Kesimpulan	178
DAFTAR PUSTAKA	183
BAB 11 META ANALISIS PENELITIAN BISNIS.....	184
11.1 Pengertian	184
11.2 Model Efek Tetap	184
11.3 Tujuh Langkah Pengerjaan.....	185
11.4 Keunggulan dan Keterbatasan.....	191
11.5 Beberapa Publikasi Penelitian.....	192
DAFTAR PUSTAKA	195
BIODATA PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kesalahan Pengukuran yang Terkait dengan Survei	54
Tabel 5.1. Jenis Studi Kasus pada Penelitian Akuntansi	89
Tabel 5.2. Contoh Penelitian Studi Kasus pada Bidang Akuntansi	97
Tabel 7.1. Jenis-Jenis Desain Penelitian Eksperimen	120
Tabel 7.2. Contoh Desain Faktorial	121
Tabel 7.3. Contoh Desain Berandomisasi Murni.....	124
Tabel 7.4. Contoh Desain Blok	124
Tabel 8.1. Jenis Studi Kasus pada Penelitian Akuntansi	136
Tabel 11.1. Contoh KK Perhitungan	193
Tabel 11.2. Contoh KK Pengujian Hipotesis.....	194

BAB 1

Pengantar Meta Analisis dalam Penelitian Bisnis

Oleh Rusydi Fauzan

1.1 Pendahuluan

Meta-analisis telah mendapatkan popularitas yang signifikan dalam penelitian bisnis karena kemampuannya untuk mensintesis hasil dari berbagai penelitian dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang topik penelitian. Meta-analisis telah menjadi alat penting untuk pengambilan keputusan di sektor bisnis, karena memungkinkan para pemangku kepentingan untuk menarik kesimpulan yang akurat tentang efektivitas strategi bisnis, praktik manajemen, dan intervensi lainnya. Meta-analisis juga telah membantu menjembatani kesenjangan antara teori dan praktik, karena menyediakan pendekatan berbasis bukti untuk menginformasikan kebijakan dan praktik bisnis.

Meta-analisis telah digunakan secara luas di sektor bisnis untuk mempelajari berbagai topik, seperti kepemimpinan, pemasaran, keuangan, dan manajemen operasi. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat mengidentifikasi pola, tren, dan hubungan antara berbagai variabel yang mungkin tidak terlihat dalam penelitian individual. Pendekatan ini memberikan estimasi yang lebih kuat dan dapat diandalkan mengenai ukuran efek dari sebuah intervensi atau praktik, yang sangat penting dalam penelitian bisnis, di mana perubahan kecil dalam kinerja dapat menghasilkan peningkatan profitabilitas yang signifikan.

Salah satu keuntungan signifikan dari meta-analisis adalah kemampuannya untuk mengidentifikasi moderator dan sumber heterogenitas dalam data. Informasi ini sangat penting untuk mengembangkan pemahaman yang lebih mendalam tentang topik penelitian dan mengidentifikasi faktor-faktor mana yang dapat memengaruhi efektivitas intervensi atau praktik yang berbeda. Meta-analisis juga dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur dan menyoroti bidang-bidang di mana penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian utama.

Terlepas dari banyak manfaatnya, ada juga tantangan yang terkait dengan pelaksanaan meta-analisis dalam penelitian bisnis. Salah satu tantangan utamanya adalah kualitas studi yang disertakan dalam analisis. Meta-analisis hanya dapat diandalkan jika studi yang disertakan berkualitas baik, dan studi yang berkualitas buruk dapat membiaskan hasil dan merusak validitas kesimpulan. Selain itu, mungkin ada bias publikasi, karena studi dengan hasil yang signifikan lebih mungkin untuk dipublikasikan, yang dapat mengubah temuan meta-analisis.

Tantangan lain dari meta-analisis adalah perlunya teknik statistik yang tepat untuk menganalisis data. Meta-analisis membutuhkan metode statistik yang kompleks untuk menggabungkan data dari berbagai penelitian dan memperkirakan ukuran efek secara akurat. Peneliti juga harus memastikan bahwa studi yang dimasukkan dalam analisis cukup mirip dalam hal desain, peserta, dan intervensi, serta faktor relevan lainnya yang dapat memengaruhi validitas hasil.

Meta-analisis telah menjadi alat yang penting dalam penelitian bisnis, menyediakan pendekatan yang komprehensif dan berbasis bukti untuk menginformasikan pengambilan keputusan dan kebijakan. Terlepas dari tantangan yang terkait dengan pelaksanaan meta-analisis, manfaatnya dalam hal peningkatan kekuatan statistik, peningkatan ketepatan estimasi ukuran efek, dan identifikasi moderator dan sumber heterogenitas, antara lain, menjadikannya alat yang berharga bagi para pemangku kepentingan bisnis. Seiring dengan terus berkembangnya

penelitian bisnis, meta-analisis akan terus memainkan peran yang semakin penting dalam membentuk pemahaman kita tentang praktik dan strategi bisnis.

1.2 Definisi Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis

Meta-analisis adalah teknik statistik yang digunakan dalam penelitian bisnis untuk menggabungkan dan menganalisis hasil dari beberapa penelitian independen pada pertanyaan penelitian tertentu. Dalam meta-analisis, peneliti mengumpulkan data dari beberapa penelitian primer dan menerapkan metode statistik untuk menggabungkan hasil penelitian ini ke dalam satu analisis.

Meta-analisis bertujuan untuk memberikan estimasi yang lebih komprehensif dan akurat mengenai ukuran efek dari intervensi, penanganan, atau hubungan antar variabel tertentu dibandingkan dengan studi individual saja. Meta-analisis juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan menganalisis sumber-sumber variasi dalam hasil penelitian individual.

Dalam penelitian bisnis, meta-analisis sering digunakan untuk mensintesis temuan dari berbagai penelitian tentang topik atau pertanyaan penelitian tertentu, seperti efektivitas strategi pemasaran tertentu atau dampak budaya organisasi terhadap kinerja karyawan. Dengan menggabungkan hasil dari beberapa penelitian, meta-analisis dapat memberikan kesimpulan yang lebih kuat dan dapat digeneralisasikan daripada yang dapat diberikan oleh satu penelitian saja.

1.3 Tujuan Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis

Beberapa tujuan penggunaan meta analisis dan penelitian bisnis menurut (Kirca and Yaprak, 2010), (Medeiros *et al.*, 2017), dan (Ohiomah, Benyoucef and Andreev, 2020), adalah:

1. *To provide a more precise estimate of the effect size*
(Untuk memberikan estimasi yang lebih tepat dari ukuran efek)

Meta-analisis memungkinkan peneliti untuk menggabungkan hasil dari beberapa penelitian untuk

memberikan estimasi yang lebih tepat mengenai ukuran efek dari intervensi, perlakuan, atau hubungan antar variabel. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat meningkatkan kekuatan statistik, yang dapat mengurangi kesalahan acak dalam estimasi ukuran efek.

1. *To increase statistical power* (Meningkatkan kekuatan statistik)

Studi individual dalam penelitian bisnis mungkin memiliki ukuran sampel yang kecil, kekuatan statistik yang terbatas, atau keterbatasan metodologis lainnya yang dapat memengaruhi keakuratan dan kemampuan generalisasi temuan. Meta-analisis dapat mengatasi keterbatasan ini dengan menggabungkan data dari berbagai studi, yang dapat meningkatkan kekuatan statistik dan mengurangi dampak dari keterbatasan studi individual.

2. *To explore the sources of heterogeneity* (Untuk mengeksplorasi sumber-sumber heterogenitas)

Heterogenitas mengacu pada variabilitas dalam hasil studi individu. Meta-analisis dapat digunakan untuk mengeksplorasi sumber-sumber heterogenitas, seperti perbedaan dalam desain studi atau karakteristik sampel. Informasi ini dapat menginformasikan penelitian di masa depan dan meningkatkan akurasi dan generalisasi temuan.

3. *To identify moderators* (Untuk mengidentifikasi moderator)

Moderator adalah variabel yang dapat mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Meta-analisis dapat digunakan untuk mengidentifikasi moderator, yang dapat membantu menyempurnakan teori dan menginformasikan aplikasi praktis.

4. *To assess the robustness of findings* (Untuk menilai kekokohan temuan)

Meta-analisis dapat membantu menilai ketahanan temuan dengan mensintesis hasil dari beberapa penelitian. Jika hasil meta-analisis konsisten di seluruh

studi, hal ini dapat meningkatkan kepercayaan terhadap temuan dan kemampuan generalisasinya ke konteks lain.

5. *To resolve conflicting findings* (Untuk menyelesaikan temuan yang bertentangan)

Meta-analisis dapat membantu menyelesaikan temuan yang bertentangan dengan mensintesis hasil penelitian yang mungkin melaporkan hasil yang bertentangan. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat memberikan estimasi yang lebih akurat dan pasti mengenai ukuran efek.

6. *To detect publication bias* (Untuk mendeteksi bias publikasi)

Bias publikasi mengacu pada kecenderungan penelitian dengan hasil yang signifikan untuk dipublikasikan lebih sering daripada penelitian dengan hasil yang tidak signifikan. Meta-analisis dapat digunakan untuk mendeteksi bias publikasi dengan memeriksa distribusi ukuran efek di seluruh penelitian dan membandingkan distribusi ini dengan apa yang diharapkan berdasarkan peluang.

7. *To provide evidence for decision-making* (Menyediakan bukti untuk pengambilan keputusan)

Meta-analisis dapat memberikan bukti untuk pengambilan keputusan dalam bisnis dengan mensintesis hasil dari berbagai penelitian dan memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dan ketat untuk menganalisis temuan penelitian.

8. *To inform policy and practice* (Untuk menginformasikan kebijakan dan praktik)

Meta-analisis dapat menginformasikan kebijakan dan praktik dalam bisnis dengan memberikan rekomendasi berbasis bukti untuk intervensi, strategi, dan kebijakan.

9. *To generate new research questions* (Untuk menghasilkan pertanyaan-pertanyaan penelitian baru)

Meta-analisis dapat menghasilkan pertanyaan penelitian baru dengan menyoroti kesenjangan dalam literatur dan mengidentifikasi area di mana penelitian lebih lanjut

diperlukan. Hal ini dapat membantu memandu pengembangan studi baru dan agenda penelitian dalam bisnis.

Meta-analisis adalah teknik statistik yang kuat yang dapat memberikan pendekatan yang lebih komprehensif dan ketat untuk menganalisis temuan penelitian dalam bisnis. Dengan mensintesis hasil dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat meningkatkan kekuatan statistik, mengidentifikasi moderator dan sumber heterogenitas, serta memberikan bukti untuk pengambilan keputusan dan pengembangan kebijakan. Selain itu, meta-analisis dapat menghasilkan pertanyaan penelitian baru dan memandu pengembangan penelitian di masa depan dalam bisnis.

1.4 Manfaat Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis

Berikut adalah beberapa manfaat yang bisa didapatkan oleh peneliti yang akan melaksanakan meta analisis dalam penelitian bisnis, menurut (Oesterreich *et al.*, 2022), (Zhang *et al.*, 2021), (Oesterreich, Anton and Teuteberg, 2022), (Velte, 2022), (Steel, Beugelsdijk and Aguinis, 2021), dan (Mondal, Singh and Gupta, 2022), yaitu:

1. *Increased statistical power*

Meta-analisis dapat meningkatkan kekuatan statistik dalam penelitian bisnis dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian tentang pertanyaan penelitian tertentu. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat meningkatkan ukuran sampel, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kekuatan statistik. Kekuatan statistik yang meningkat ini dapat membantu mendeteksi efek yang lebih kecil yang mungkin tidak terdeteksi dalam penelitian individu dengan ukuran sampel yang lebih kecil. Selain itu, meta-analisis dapat mengurangi kesalahan acak dalam estimasi ukuran efek, sehingga menghasilkan estimasi yang lebih tepat dari ukuran efek yang sebenarnya. Peningkatan kekuatan statistik yang diberikan oleh meta-analisis dapat meningkatkan akurasi dan generalisasi temuan,

yang dapat memiliki implikasi praktis dan teoritis yang penting untuk penelitian bisnis.

2. *Comprehensive literature review*

Meta-analisis melibatkan tinjauan literatur yang komprehensif dalam penelitian bisnis dengan mencari dan mensintesis data secara sistematis dari berbagai penelitian tentang pertanyaan penelitian tertentu. Dengan mengumpulkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap dan menyeluruh tentang literatur yang ada tentang topik tertentu dalam penelitian bisnis. Tinjauan literatur komprehensif yang disediakan oleh meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan penelitian, ketidakkonsistenan, dan isu-isu yang belum terselesaikan dalam literatur, dan dapat menginformasikan pengembangan pertanyaan dan teori penelitian baru. Selain itu, tinjauan literatur yang komprehensif dapat membantu para peneliti mengidentifikasi variabel-variabel yang dapat memoderasi hubungan antar variabel, sehingga memberikan pemahaman yang lebih bernuansa dan canggih mengenai fenomena yang diteliti dalam penelitian bisnis.

3. *Improved precision of effect size estimates*

Meta-analisis dapat meningkatkan ketepatan estimasi ukuran efek dalam penelitian bisnis dengan mensintesis data dari berbagai penelitian tentang pertanyaan penelitian tertentu. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat mengurangi pengaruh kesalahan acak dan memberikan estimasi yang lebih akurat mengenai ukuran efek yang sebenarnya. Peningkatan presisi ini dapat membantu mengidentifikasi secara lebih tepat besarnya efek dan tingkat variabilitas di sekitar estimasi ukuran efek. Peningkatan presisi estimasi ukuran efek yang diberikan oleh meta-analisis dapat meningkatkan akurasi dan generalisasi temuan, yang dapat memiliki implikasi praktis dan teoritis yang penting untuk penelitian bisnis.

4. *Identification of moderators*

Meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi moderator dalam penelitian bisnis dengan secara sistematis memeriksa hubungan antara variabel di berbagai penelitian. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat menguji pengaruh variabel yang berbeda terhadap hubungan antara variabel prediktor dan variabel hasil. Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi kondisi di mana efek variabel prediktor lebih atau kurang jelas. Identifikasi moderator melalui meta-analisis dapat membantu mengembangkan teori yang lebih tepat dan bernuansa tentang fenomena yang diteliti dan dapat menginformasikan pengembangan intervensi praktis yang disesuaikan dengan populasi dan konteks tertentu. Identifikasi moderator juga dapat membantu menjelaskan temuan yang tidak konsisten di berbagai penelitian dan dapat menyarankan arah penelitian di masa depan.

5. *Identification of sources of heterogeneity*

Meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi sumber heterogenitas dalam penelitian bisnis dengan memeriksa variabilitas dalam ukuran efek di seluruh penelitian. Dengan memeriksa secara sistematis perbedaan dalam ukuran efek antar studi, meta-analisis dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang mungkin bertanggung jawab atas heterogenitas yang diamati.

Hal ini dapat mencakup perbedaan dalam desain penelitian, karakteristik sampel, alat pengukuran, atau faktor metodologis lainnya. Identifikasi sumber heterogenitas melalui meta-analisis dapat membantu menjelaskan ketidakkonsistenan dalam temuan di berbagai penelitian dan dapat menginformasikan pengembangan teori yang lebih tepat dan bernuansa tentang fenomena yang sedang diselidiki. Selain itu, memahami sumber-sumber heterogenitas dapat membantu menyesuaikan intervensi untuk populasi dan

konteks tertentu dan dapat memandu desain studi penelitian di masa depan.

6. *Resolving conflicting findings*

Meta-analisis dapat membantu menyelesaikan temuan yang bertentangan dalam penelitian bisnis dengan mensintesis data secara sistematis dari berbagai penelitian yang telah menyelidiki pertanyaan penelitian yang sama. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat memberikan estimasi yang lebih tepat mengenai ukuran efek yang sebenarnya dan dapat mengidentifikasi sumber heterogenitas yang mungkin bertanggung jawab atas temuan-temuan yang bertentangan. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi faktor-faktor yang memoderasi hubungan antar variabel, memberikan pemahaman yang lebih bernuansa dan canggih tentang fenomena yang sedang diteliti. Dengan menyelesaikan temuan yang bertentangan melalui meta-analisis, para peneliti dapat mengembangkan teori yang lebih akurat dan dapat diandalkan tentang fenomena yang diteliti, yang dapat memiliki implikasi praktis dan teoritis yang penting untuk penelitian bisnis.

7. *Detection of publication bias*

Meta-analisis dapat membantu mendeteksi bias publikasi dalam penelitian bisnis dengan memeriksa hubungan antara ukuran studi dan ukuran efek. Bias publikasi terjadi ketika penelitian dengan hasil yang signifikan secara statistik lebih mungkin untuk dipublikasikan daripada penelitian dengan hasil nol atau tidak signifikan. Hal ini dapat menyebabkan ukuran efek yang sebenarnya terlalu tinggi dan dapat mendistorsi kesimpulan yang diambil dari literatur. Dengan mensintesis data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat menilai apakah ukuran efek yang diamati dipengaruhi oleh ukuran penelitian atau faktor lain yang mungkin terkait dengan bias publikasi. Selain itu, meta-analisis dapat menggunakan uji statistik, seperti plot corong dan uji regresi Egger, untuk mendeteksi dan mengukur adanya

bias publikasi. Dengan mendeteksi dan mengatasi bias publikasi melalui meta-analisis, para peneliti dapat mengembangkan kesimpulan yang lebih akurat dan dapat diandalkan dari literatur yang ada, yang dapat memiliki implikasi praktis dan teoritis yang penting untuk penelitian bisnis.

8. *Evidence-based decision-making*

Meta-analisis dapat berdampak pada pengambilan keputusan berbasis bukti dalam penelitian bisnis dengan memberikan evaluasi yang komprehensif dan sistematis terhadap literatur yang ada pada pertanyaan penelitian tertentu. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat memberikan estimasi yang lebih tepat mengenai ukuran efek yang sebenarnya dan dapat mengidentifikasi sumber heterogenitas dan moderator yang dapat memengaruhi hubungan antarvariabel. Hal ini dapat membantu mengembangkan kesimpulan yang lebih akurat dan dapat diandalkan yang didasarkan pada bukti terbaik yang tersedia dari literatur. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur dan menyarankan arah penelitian di masa depan. Dengan menyediakan pengambilan keputusan berbasis bukti melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat keputusan yang tepat berdasarkan bukti terbaik yang tersedia, yang dapat memiliki implikasi praktis yang penting untuk pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan kebijakan.

9. *Inform policy and practice*

Meta-analisis dapat mempengaruhi kebijakan dan praktik dalam penelitian bisnis dengan memberikan evaluasi yang komprehensif dan sistematis terhadap literatur yang ada pada pertanyaan penelitian tertentu. Dengan mensintesis data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat memberikan estimasi yang lebih tepat mengenai ukuran efek yang sebenarnya dan dapat mengidentifikasi sumber-sumber heterogenitas dan moderator yang dapat memengaruhi hubungan antarvariabel. Hal ini dapat

membantu mengembangkan intervensi berbasis bukti yang disesuaikan dengan populasi dan konteks tertentu. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur dan menyarankan arah penelitian di masa depan yang dapat menginformasikan kebijakan dan praktik. Dengan menginformasikan kebijakan dan praktik melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat keputusan berbasis bukti yang dapat meningkatkan efektivitas, efisiensi, dan produktivitas organisasi, yang dapat memiliki implikasi praktis yang penting untuk pengambilan keputusan bisnis dan pengembangan kebijakan.

10. *Cost-effective research method*

Meta-analisis dapat berdampak pada efektivitas biaya dalam penelitian bisnis dengan menyediakan metode untuk mensintesis data dari berbagai penelitian tanpa perlu pengumpulan data tambahan. Dengan menggabungkan data dari penelitian yang ada, meta-analisis dapat memberikan evaluasi yang lebih komprehensif dan sistematis terhadap literatur tentang pertanyaan penelitian tertentu. Hal ini dapat menghemat waktu dan sumber daya dengan mengurangi kebutuhan untuk pengumpulan data tambahan dan juga dapat mengurangi risiko duplikasi atau tumpang tindih studi. Selain itu, meta-analisis dapat memberikan estimasi yang lebih tepat mengenai ukuran efek yang sebenarnya dan dapat mengidentifikasi sumber heterogenitas dan moderator yang dapat mempengaruhi hubungan antar variabel. Hal ini dapat membantu mengembangkan intervensi berbasis bukti yang disesuaikan dengan populasi dan konteks tertentu, yang dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi organisasi. Dengan menyediakan metode penelitian yang hemat biaya melalui meta-analisis, para peneliti dapat memanfaatkan sumber daya yang tersedia dengan lebih efisien, yang dapat memberikan implikasi praktis dan teoretis yang penting bagi penelitian bisnis.

11. *Identification of research gaps*

Meta-analisis dapat berdampak pada identifikasi kesenjangan penelitian dalam penelitian bisnis dengan memberikan evaluasi yang komprehensif dan sistematis terhadap literatur yang ada pada pertanyaan penelitian tertentu. Dengan mensintesis data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat mengidentifikasi area di mana terdapat kekurangan penelitian atau di mana terdapat bukti yang saling bertentangan. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur dan menyarankan arah penelitian di masa depan yang dapat menginformasikan kebijakan dan praktik. Selain itu, meta-analisis dapat mengidentifikasi moderator dan sumber heterogenitas yang dapat mempengaruhi hubungan antar variabel. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi area di mana penelitian lebih lanjut diperlukan untuk memperjelas sifat hubungan antar variabel. Dengan mengidentifikasi kesenjangan penelitian melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat keputusan yang tepat tentang arah penelitian di masa depan, yang dapat meningkatkan kualitas dan relevansi penelitian dalam bisnis serta memiliki implikasi praktis dan teoritis yang penting.

12. *Increase generalizability of findings*

Meta-analisis dapat mempengaruhi generalisasi temuan dalam penelitian bisnis dengan memberikan evaluasi yang lebih komprehensif dan sistematis terhadap literatur yang ada pada pertanyaan penelitian tertentu. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat memberikan estimasi yang lebih tepat mengenai ukuran efek yang sebenarnya dan dapat mengidentifikasi sumber heterogenitas dan moderator yang dapat memengaruhi hubungan antarvariabel. Hal ini dapat membantu mengembangkan intervensi berbasis bukti yang disesuaikan dengan populasi dan konteks tertentu, yang dapat meningkatkan generalisasi temuan. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi area di mana terdapat kekurangan

penelitian atau di mana terdapat bukti yang bertentangan. Dengan mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur dan menyarankan arah penelitian di masa depan, meta-analisis dapat membantu meningkatkan kemampuan generalisasi temuan dengan menginformasikan pengembangan penelitian yang dirancang untuk mengatasi kesenjangan ini. Dengan meningkatkan kemampuan generalisasi temuan melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat keputusan yang lebih tepat mengenai penerapan penelitian pada populasi dan konteks yang berbeda, yang dapat memberikan implikasi praktis dan teoretis yang penting bagi penelitian bisnis.

13. *Improved data quality control*

Meta-analisis dapat berdampak pada kontrol kualitas data dalam penelitian bisnis dengan menyediakan pendekatan yang sistematis dan terstandardisasi untuk ekstraksi dan analisis data. Dengan mensintesis data di seluruh studi, meta-analisis dapat mengidentifikasi ketidakkonsistenan dan kesalahan dalam data dan dapat memastikan bahwa data tersebut berkualitas tinggi dan dapat dibandingkan di seluruh studi. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi sumber heterogenitas dan moderator yang dapat memengaruhi hubungan antarvariabel, yang dapat meningkatkan kualitas dan relevansi data. Dengan meningkatkan kontrol kualitas data melalui meta-analisis, para peneliti dapat memastikan bahwa data tersebut akurat, dapat diandalkan, dan valid, yang dapat meningkatkan kualitas penelitian secara keseluruhan di bidang bisnis serta memiliki implikasi praktis dan teoritis yang penting. Hal ini juga dapat meningkatkan transparansi dan reproduksibilitas temuan penelitian, yang dapat meningkatkan kredibilitas dan dampak penelitian bisnis.

14. *Improved reliability and validity*

Meta-analisis dapat berdampak pada keandalan dan validitas penelitian bisnis dengan memberikan evaluasi yang lebih ketat dan sistematis terhadap literatur yang

ada pada pertanyaan penelitian tertentu. Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat memberikan estimasi yang lebih tepat mengenai ukuran efek yang sebenarnya dan dapat mengidentifikasi sumber heterogenitas dan moderator yang dapat memengaruhi hubungan antarvariabel. Hal ini dapat meningkatkan keandalan dan validitas temuan penelitian dengan mengurangi dampak kesalahan acak dan dengan mengidentifikasi kondisi di mana hubungan antar variabel paling kuat. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi area di mana terdapat kekurangan penelitian atau di mana terdapat bukti yang saling bertentangan, yang dapat menginformasikan pengembangan penelitian yang lebih valid dan dapat diandalkan di masa depan. Dengan meningkatkan keandalan dan validitas penelitian melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat pernyataan yang lebih akurat dan tepat tentang hubungan antar variabel, yang dapat memiliki implikasi praktis dan teoretis yang penting untuk penelitian bisnis.

15. *Reduction of research bias*

Meta-analisis dapat berdampak pada pengurangan bias penelitian dalam penelitian bisnis dengan memberikan pendekatan yang lebih objektif dan transparan terhadap analisis data. Dengan mensintesis data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat mengidentifikasi sumber-sumber potensial bias, seperti bias publikasi, bias pelaporan selektif, dan bias penelitian kecil, dan dapat memperhitungkan bias-bias ini dalam analisis. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi area-area di mana terdapat bukti yang bertentangan atau di mana terdapat kesenjangan dalam literatur, yang dapat mengurangi risiko bias akibat pelaporan selektif atau bias publikasi. Dengan mengurangi bias penelitian melalui meta-analisis, para peneliti dapat meningkatkan validitas dan reliabilitas temuan penelitian, yang dapat meningkatkan kredibilitas dan dampak penelitian bisnis. Hal ini juga dapat meningkatkan transparansi dan

reproduksibilitas temuan penelitian, yang dapat meningkatkan akuntabilitas dan kepercayaan penelitian bisnis.

16. *Improved confidence in research findings*

Meta-analisis dapat berdampak pada kepercayaan terhadap temuan penelitian dalam penelitian bisnis dengan memberikan evaluasi yang lebih komprehensif dan ketat terhadap literatur yang ada pada pertanyaan penelitian tertentu. Dengan mensintesis data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat memberikan estimasi yang lebih tepat mengenai ukuran efek yang sebenarnya dan dapat mengidentifikasi sumber-sumber heterogenitas dan moderator yang dapat memengaruhi hubungan antarvariabel. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pada temuan penelitian dengan mengurangi dampak kesalahan acak dan dengan mengidentifikasi kondisi di mana hubungan antar variabel paling kuat. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi area di mana terdapat kekurangan penelitian atau di mana terdapat bukti yang saling bertentangan, yang dapat menginformasikan pengembangan penelitian yang lebih valid dan dapat diandalkan di masa depan. Dengan meningkatkan kepercayaan terhadap temuan penelitian melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat pernyataan yang lebih akurat dan tepat tentang hubungan antar variabel, yang dapat memiliki implikasi praktis dan teoretis yang penting untuk penelitian bisnis.

17. *Integration of research findings*

Meta-analisis dapat berdampak pada integrasi temuan penelitian dalam penelitian bisnis dengan menyediakan pendekatan sistematis dan objektif untuk mensintesis data di berbagai studi. Dengan mengumpulkan data dari berbagai studi, meta-analisis dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan bernuansa tentang hubungan antar variabel, yang dapat mengintegrasikan temuan penelitian di berbagai studi dan di berbagai bidang studi. Hal ini dapat meningkatkan

integrasi temuan penelitian dengan mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan di seluruh studi, dengan mengidentifikasi temuan yang paling kuat dan dapat diandalkan, dan dengan memberikan pemahaman yang lebih koheren dan kohesif tentang fenomena yang mendasari penelitian. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi area-area yang memiliki kesenjangan dalam literatur atau di mana terdapat bukti-bukti yang saling bertentangan, yang dapat menjadi dasar bagi pengembangan penelitian yang lebih integratif dan holistik di masa depan. Dengan meningkatkan integrasi temuan penelitian melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat pernyataan yang lebih terinformasi dan bernuansa tentang hubungan antar variabel, yang dapat memiliki implikasi penting bagi teori, praktik, dan kebijakan di bidang penelitian bisnis.

18. *Cross-cultural comparison of research findings*

Meta-analisis dapat berdampak pada perbandingan lintas budaya dari temuan penelitian dalam penelitian bisnis dengan menyediakan pendekatan yang ketat dan sistematis untuk mensintesis data dari studi yang dilakukan dalam konteks budaya yang berbeda. Dengan mengumpulkan data dari berbagai studi dari budaya yang berbeda, meta-analisis dapat mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan dalam hubungan antar variabel di seluruh budaya, yang dapat menginformasikan perbandingan lintas budaya dari temuan penelitian. Meta-analisis juga dapat mengidentifikasi moderator budaya yang memengaruhi hubungan antar variabel, yang dapat memberikan wawasan tentang mekanisme yang mendasari hubungan lintas budaya. Hal ini dapat meningkatkan perbandingan lintas budaya dari temuan penelitian dengan memberikan pemahaman yang lebih bernuansa dan komprehensif mengenai hubungan antar variabel di berbagai konteks budaya yang berbeda. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur atau area di mana terdapat bukti yang bertentangan, yang dapat menginformasikan

pengembangan penelitian yang lebih peka dan valid secara budaya di masa depan. Dengan meningkatkan perbandingan lintas budaya dari temuan penelitian melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat pernyataan yang lebih terinformasi dan bernuansa tentang hubungan antara variabel di berbagai konteks budaya yang berbeda, yang dapat memiliki implikasi penting bagi teori, praktik, dan kebijakan di bidang penelitian bisnis.

19. *Increased interdisciplinary collaboration*

Meta-analisis dapat berdampak pada peningkatan kolaborasi interdisipliner dalam penelitian bisnis dengan menyediakan platform untuk mengintegrasikan data dari penelitian yang dilakukan di berbagai disiplin ilmu. Dengan menggabungkan data dari penelitian yang dilakukan di berbagai bidang, meta-analisis dapat mengidentifikasi kesamaan dan perbedaan dalam hubungan antar variabel di berbagai disiplin ilmu, yang dapat mendorong kolaborasi antar disiplin ilmu. Meta-analisis juga dapat mengidentifikasi moderator yang memengaruhi hubungan antar variabel, yang dapat memberikan wawasan tentang mekanisme yang mendasari hubungan di berbagai disiplin ilmu. Hal ini dapat meningkatkan kolaborasi interdisipliner dengan memberikan pemahaman yang lebih bernuansa dan komprehensif mengenai hubungan antar variabel di berbagai bidang studi. Selain itu, meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan dalam literatur atau area di mana terdapat bukti yang saling bertentangan, yang dapat menginformasikan pengembangan penelitian yang lebih integratif dan interdisipliner di masa depan. Dengan meningkatkan kolaborasi interdisipliner melalui meta-analisis, para peneliti dapat membuat pernyataan yang lebih terinformasi dan bernuansa tentang hubungan antara variabel di berbagai bidang studi, yang dapat memiliki implikasi penting bagi teori, praktik, dan kebijakan di bidang penelitian bisnis.

20. *Generate new research questions*

Meta-analisis dapat berdampak pada munculnya pertanyaan penelitian baru dalam penelitian bisnis dengan menyoroti kesenjangan dalam literatur atau area yang memiliki bukti yang bertentangan. Dengan mensintesis data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat mengidentifikasi pola atau ketidakkonsistenan dalam hubungan antar variabel, yang dapat memunculkan pertanyaan atau area baru untuk penyelidikan lebih lanjut. Sebagai contoh, jika meta-analisis mengungkapkan bahwa hubungan antara dua variabel tidak konsisten di berbagai konteks yang berbeda, hal ini dapat menimbulkan pertanyaan tentang mekanisme yang mendasari atau moderator yang mempengaruhi hubungan tersebut. Demikian pula, jika meta-analisis mengungkapkan bahwa ada kesenjangan dalam literatur tentang topik tertentu, hal ini dapat menimbulkan pertanyaan tentang jalan baru untuk penelitian atau kebutuhan untuk penyelidikan lebih lanjut. Dengan menghasilkan pertanyaan penelitian baru melalui meta-analisis, para peneliti dapat berkontribusi pada pengembangan teori baru atau penyempurnaan teori yang sudah ada, yang dapat memiliki implikasi penting bagi kemajuan pengetahuan di bidang penelitian bisnis.

Meta-analisis merupakan alat yang berharga bagi para peneliti bisnis, karena menyediakan pendekatan yang sistematis dan obyektif untuk mensintesis data dari berbagai penelitian. Dengan menggunakan meta-analisis, para peneliti dapat mengatasi keterbatasan studi individual, mengurangi bias penelitian, dan menghasilkan temuan yang lebih kuat dan dapat diandalkan. Hal ini dapat memiliki implikasi penting bagi teori, praktik, dan kebijakan di bidang penelitian bisnis, karena dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan bernuansa tentang hubungan antara variabel di berbagai bidang studi. Oleh karena itu, meta-analisis harus dianggap sebagai alat

yang berharga dan penting bagi para peneliti di bidang penelitian bisnis.

1.5 Langkah Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis

Meta-analisis adalah metode statistik yang melibatkan integrasi data dari berbagai penelitian untuk memberikan analisis yang komprehensif dan kuat terhadap pertanyaan penelitian tertentu. Berikut ini adalah langkah-langkah untuk melakukan meta-analisis dalam penelitian bisnis, menurut (Steel, Beugelsdijk and Aguinis, 2021), (Stajkovic and Stajkovic, 2022), dan (Hansen, Steinmetz and Block, 2022), yaitu:

1. *Define research question and objectives* (Tentukan pertanyaan dan tujuan penelitian).
Langkah pertama dalam melakukan meta-analisis adalah mendefinisikan dengan jelas pertanyaan dan tujuan penelitian. Hal ini melibatkan identifikasi topik spesifik yang diminati dan pertanyaan penelitian yang perlu dijawab.
2. *Develop a search strategy to identify relevant studies* (Kembangkan strategi pencarian untuk mengidentifikasi studi yang relevan).
Langkah selanjutnya adalah mengembangkan strategi pencarian untuk mengidentifikasi semua penelitian yang relevan yang terkait dengan pertanyaan penelitian. Hal ini melibatkan pencarian database elektronik, jurnal yang relevan, dan sumber informasi lain seperti prosiding konferensi, buku, dan disertasi.
3. *Screen and select studies based on inclusion and exclusion criteria* (Menyaring dan memilih studi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi).
Setelah studi yang relevan diidentifikasi, studi tersebut perlu disaring dan dipilih berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditentukan sebelumnya. Hal ini untuk memastikan bahwa hanya penelitian berkualitas tinggi yang disertakan dalam meta-analisis.
4. *Extract data from selected studies* (Mengekstrak data dari penelitian terpilih).

Langkah selanjutnya adalah mengekstrak data dari studi yang dipilih. Hal ini melibatkan pengembangan formulir ekstraksi data standar dan mengumpulkan data tentang variabel kunci seperti ukuran sampel, desain studi, dan ukuran hasil.

5. *Assess the quality of included studies* (Menilai kualitas studi yang disertakan).

Kualitas penelitian yang disertakan perlu dinilai dengan menggunakan alat yang tepat. Hal ini mencakup evaluasi risiko bias dalam penelitian dan menilai validitas temuan penelitian.

6. *Analyze and synthesize the data using statistical methods* (Menganalisis dan mensintesis data menggunakan metode statistik).

Data dari studi yang dipilih perlu dianalisis dan disintesis menggunakan metode statistik yang sesuai seperti meta-regresi dan analisis subkelompok. Hal ini memungkinkan integrasi data dari berbagai studi dan memberikan analisis yang komprehensif dan kuat terhadap pertanyaan penelitian.

7. *Interpret and report the findings of the meta-analysis* (Menafsirkan dan melaporkan temuan meta-analisis).

Temuan dari meta-analisis perlu ditafsirkan dan dilaporkan dengan cara yang jelas dan ringkas. Hal ini mencakup meringkas temuan utama, menyajikan hasil analisis statistik, dan mendiskusikan implikasi dari temuan tersebut.

8. *Conduct sensitivity analysis and assessment of publication bias* (Melakukan analisis sensitivitas dan penilaian bias publikasi).

Analisis sensitivitas dan penilaian bias publikasi harus dilakukan untuk menilai ketahanan temuan meta-analisis. Hal ini melibatkan pengujian efek dari asumsi yang berbeda dan melakukan tes untuk bias publikasi.

Melaksanakan meta-analisis dalam penelitian bisnis melibatkan serangkaian langkah sistematis dan ketat yang memastikan integrasi data berkualitas tinggi di seluruh penelitian. Proses ini

membutuhkan perencanaan yang matang, perhatian terhadap detail, dan penggunaan metode statistik yang tepat untuk memberikan analisis yang komprehensif dan dapat diandalkan terhadap pertanyaan penelitian.

1.6 Kelebihan dan Kekurangan Meta Analisis

Penggunaan metode meta-analisis memiliki kelebihan dan kekurangan menurut (Geyer-Klingeborg, Hang and Rathgeber, 2020), (Hansen, Steinmetz and Block, 2022), (Stajkovic and Stajkovic, 2022), dan (Medeiros *et al.*, 2017), yaitu sebagai berikut:

Kelebihan metode meta analisis:

1. *Increased statistical power* (Peningkatan kekuatan statistik).
Dengan menggabungkan data dari berbagai penelitian, meta-analisis dapat meningkatkan kekuatan statistik dari sebuah penelitian, yang memungkinkan para peneliti untuk mendeteksi efek yang lebih kecil yang mungkin tidak signifikan dalam penelitian individual.
2. *Comprehensive literature review* (Tinjauan literatur yang komprehensif).
Meta-analisis melibatkan pencarian yang sistematis dan menyeluruh untuk semua studi yang relevan pada topik tertentu, yang memungkinkan para peneliti untuk meninjau literatur secara komprehensif dan mengidentifikasi pola dan tren utama.
3. *Improved precision of effect size estimates* (Meningkatkan ketepatan estimasi ukuran efek).
Meta-analisis menggabungkan estimasi ukuran efek dari beberapa penelitian, yang dapat meningkatkan presisi dan akurasi estimasi secara keseluruhan.
4. *Identification of moderators* (Identifikasi moderator).
Meta-analisis dapat mengidentifikasi faktor-faktor yang dapat memoderasi hubungan antara variabel, seperti karakteristik sampel atau desain penelitian. Hal ini dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi hubungan antar variabel.

5. *Identification of sources of heterogeneity* (Identifikasi sumber-sumber heterogenitas).
Meta-analisis dapat mengidentifikasi sumber heterogenitas dalam temuan penelitian, seperti perbedaan dalam desain penelitian, karakteristik populasi, atau alat pengukuran, yang dapat membantu peneliti mengidentifikasi sumber potensial bias.
6. *Resolving conflicting findings* (Menyelesaikan temuan yang bertentangan).
Meta-analisis dapat membantu merekonsiliasi temuan yang bertentangan dari studi individu dengan menggabungkan hasil dari beberapa studi ke dalam satu estimasi.
7. *Detection of publication bias* (Mendeteksi bias publikasi).
Meta-analisis dapat mendeteksi adanya bias publikasi, yang terjadi ketika penelitian dengan hasil nol atau negatif cenderung tidak dipublikasikan, yang menyebabkan estimasi yang terlalu tinggi dari ukuran efek.
8. *Evidence-based decision-making* (Pengambilan keputusan berdasarkan bukti).
Meta-analisis memberikan bukti kuat yang dapat menginformasikan pengambilan keputusan berbasis bukti dalam bisnis, membantu para manajer dan pembuat kebijakan untuk membuat keputusan yang tepat.
9. *Inform policy and practice* (Menginformasikan kebijakan dan praktik).
Meta-analisis dapat memberikan wawasan yang berharga tentang efektivitas intervensi, yang dapat menginformasikan kebijakan dan praktik dalam bisnis.
10. *Cost-effective research method* (Metode penelitian yang hemat biaya).
Meta-analisis dapat menjadi metode penelitian yang hemat biaya, karena memungkinkan peneliti untuk menggunakan data yang sudah ada daripada melakukan penelitian baru, yang dapat menghemat waktu dan sumber daya.

Kekurangan metode meta-analisis:

1. *Publication Bias* (Bias Publikasi).
Salah satu kelemahan utama dari meta-analisis adalah kemungkinan terjadinya bias publikasi, di mana penelitian dengan temuan yang signifikan lebih mungkin untuk dipublikasikan dibandingkan dengan penelitian dengan temuan yang nihil atau negatif. Bias ini dapat mengakibatkan estimasi yang terlalu tinggi dari ukuran efek yang sebenarnya dan dapat memiringkan hasil meta-analisis.
2. *Heterogeneity* (Heterogenitas).
Meta-analisis mengasumsikan bahwa studi yang dimasukkan dalam analisis serupa dalam hal pertanyaan penelitian, desain penelitian, dan karakteristik populasi. Namun, jika penelitian-penelitian tersebut terlalu berbeda, maka hasil meta-analisis dapat menyesatkan atau sulit untuk diinterpretasikan.
3. *Data Quality* (Kualitas Data).
Meta-analisis hanya sebaik kualitas penelitian yang disertakan dalam analisis. Studi yang dirancang atau dilaksanakan dengan buruk dapat menyebabkan hasil yang tidak akurat.
4. *Ecological Fallacy* (Kekeliruan Ekologis).
Meta-analisis bergantung pada data agregat, yang mungkin tidak secara akurat mewakili data tingkat individu. Hal ini dapat menyebabkan kekeliruan ekologis, di mana hubungan yang diamati pada tingkat kelompok belum tentu benar untuk setiap individu dalam kelompok tersebut.
5. *Time and Resource-Intensive* (Memerlukan waktu dan sumber daya yang intensif).
Melakukan meta-analisis membutuhkan banyak waktu dan sumber daya, termasuk akses ke banyak penelitian dan perangkat lunak statistik.
6. *Difficulty in Handling Missing Data* (Kesulitan dalam Menangani Data yang Hilang).

Data yang hilang adalah masalah umum dalam meta-analisis, dan penanganan data yang hilang dapat mempengaruhi hasil analisis.

7. *Conflicting Results* (Hasil yang Bertentangan).
Meta-analisis terkadang dapat menghasilkan hasil yang bertentangan jika ada perbedaan dalam temuan studi yang disertakan.
8. *Difficulty in Assessing Causality* (Kesulitan dalam Menilai Kausalitas).
Meta-analisis dapat menetapkan hubungan antar variabel, tetapi sulit untuk menetapkan hubungan sebab-akibat.
9. *Sensitivity to Outliers* (Sensitivitas terhadap Pencilan).
Meta-analisis dapat menjadi sensitif terhadap pencilan, yang dapat mengubah hasil dan menghasilkan kesimpulan yang tidak akurat.
10. *Interpretation* (Interpretasi).
Hasil dari meta-analisis dapat sulit untuk diinterpretasikan, terutama jika studi yang dimasukkan dalam analisis beragam atau jika ukuran efeknya kecil.
Meta-analisis harus dilakukan dengan hati-hati, dan para peneliti harus mempertimbangkan dengan cermat kesesuaian metode dengan pertanyaan penelitian mereka, kualitas studi yang disertakan, dan potensi keterbatasan dan bias analisis. Secara keseluruhan, jika dilakukan dengan cermat, meta-analisis dapat memberikan wawasan yang berharga ke dalam penelitian bisnis dan menginformasikan pengambilan keputusan berbasis bukti.

1.7 Strategi Memaksimalkan Penggunaan Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis

Berikut adalah beberapa strategi untuk memaksimalkan penggunaan metode meta-analisis dalam penelitian bisnis, menurut (Stajkovic and Stajkovic, 2022), (Hansen, Steinmetz and Block, 2022), dan (Mondal, Singh and Gupta, 2022), yaitu:

1. *Clearly define research questions* (Mendefinisikan pertanyaan penelitian dengan jelas).
Pertanyaan penelitian harus didefinisikan dengan jelas di awal untuk memastikan bahwa desain penelitian dan strategi pencarian selaras dengan tujuan meta-analisis.
2. *Use rigorous search strategy* (Gunakan strategi pencarian yang ketat)
Penggunaan strategi pencarian yang komprehensif akan membantu memastikan bahwa semua penelitian yang relevan telah diidentifikasi. Berbagai database dan sumber lain harus dicari untuk meminimalkan bias publikasi.
3. *Use strict inclusion criteria* (Gunakan kriteria inklusi yang ketat)
Kriteria inklusi harus ketat untuk memastikan bahwa penelitian yang termasuk dalam meta-analisis sebanding dalam hal desain penelitian, ukuran sampel, dan ukuran hasil.
4. *Conduct quality assessment of studies* (Lakukan penilaian kualitas penelitian)
Kualitas penelitian harus dinilai untuk menentukan tingkat bias yang mungkin ada. Penelitian dengan risiko bias yang tinggi harus dikeluarkan atau diberi bobot yang lebih rendah dalam analisis.
5. *Use appropriate statistical methods* (Gunakan metode statistik yang tepat)
Metode statistik yang tepat harus digunakan untuk mensintesis data. Hal ini termasuk menggunakan ukuran efek dan model yang sesuai untuk meta-analisis.
6. *Assess heterogeneity* (Menilai heterogenitas).
Heterogenitas harus dinilai untuk menentukan tingkat variasi antar studi. Hal ini dapat membantu mengidentifikasi moderator potensial dan memandu pemilihan model statistik yang sesuai.

7. *Conduct sensitivity analysis* (melakukan analisis sensitivitas).
Analisis sensitivitas harus dilakukan untuk menilai ketahanan hasil terhadap asumsi dan metode yang berbeda.
8. *Address publication bias* (Mengatasi bias publikasi).
Bias publikasi harus diatasi dengan menggunakan plot corong, metode berbasis regresi, atau teknik lainnya.
9. *Conduct subgroup analysis* (Melakukan analisis subkelompok).
Analisis subkelompok dapat membantu mengidentifikasi sumber-sumber potensial heterogenitas dan meningkatkan ketepatan hasil.
10. *Report results transparently* (Laporkan hasil secara transparan).
Hasil penelitian harus dilaporkan secara transparan, termasuk metode yang digunakan, data yang dianalisis, dan keterbatasan penelitian. Hal ini akan memungkinkan orang lain untuk mereplikasi penelitian dan membuat keputusan yang tepat berdasarkan temuan.

Dengan mengoptimalkan meta-analisis dalam penelitian bisnis, peneliti dapat meningkatkan keandalan dan validitas hasil, meningkatkan pemahaman peneliti tentang faktor-faktor yang memengaruhi hasil bisnis, dan menginformasikan pengambilan keputusan berbasis bukti.

1.8 Tren dan Peluang Penggunaan Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis

Berikut adalah tren dan peluang penggunaan meta-analisis yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti di masa depan, menurut (Geyer-Klingenberg, Hang and Rathgeber, 2020), (Mondal, Singh and Gupta, 2022), dan (Steel, Beugelsdijk and Aguinis, 2021):

1. *Machine learning and automation* (Pembelajaran mesin dan otomatisasi).
Salah satu tren yang muncul dalam meta-analisis adalah penggunaan algoritme pembelajaran mesin dan alat

otomatisasi untuk melakukan analisis. Teknologi ini dapat membantu para peneliti untuk mengidentifikasi penelitian yang relevan, mengekstrak data, dan melakukan analisis statistik dengan lebih efisien dan akurat.

2. *Network meta-analysis* (Meta-analisis jaringan).

Meta-analisis jaringan adalah bentuk lanjutan dari meta-analisis yang memungkinkan perbandingan beberapa intervensi secara bersamaan. Pendekatan ini dapat membantu para peneliti untuk mengidentifikasi pilihan pengobatan yang paling efektif untuk suatu kondisi atau penyakit.

3. *Publication bias* (Publikasi Bias publikasi).

Bias publikasi merupakan tantangan yang signifikan dalam meta-analisis. Studi yang melaporkan temuan positif lebih mungkin untuk dipublikasikan dibandingkan dengan studi dengan temuan negatif, yang dapat menyebabkan ukuran efek yang terlalu tinggi. Untuk mengatasi masalah ini, peneliti dapat menggunakan metode statistik untuk mengidentifikasi dan mengoreksi bias publikasi.

4. *Heterogeneity* (Heterogenitas).

Heterogenitas mengacu pada variabilitas dalam desain studi, populasi, dan hasil di seluruh studi. Hal ini dapat menyulitkan untuk membandingkan dan mensintesis temuan dalam meta-analisis. Untuk mengatasi masalah ini, peneliti dapat menggunakan teknik statistik lanjutan seperti analisis subkelompok dan meta-regresi.

5. *Reproducibility* (Reproduksibilitas).

Reproduksibilitas adalah isu penting dalam meta-analisis, karena kualitas dan akurasi analisis bergantung pada ketersediaan dan keandalan data. Untuk memastikan reproduktifitas analisis, peneliti dapat membuat data dan kode mereka tersedia untuk umum, menggunakan protokol standar, dan melakukan analisis sensitivitas.

6. *Systematic reviews* (Tinjauan sistematis).

Meta-analisis sering kali dilakukan sebagai bagian dari tinjauan sistematis, yang melibatkan pencarian literatur

yang komprehensif dan transparan untuk mengidentifikasi semua penelitian yang relevan. Penggunaan tinjauan sistematis dapat meningkatkan kualitas dan ketelitian analisis.

7. *Meta-analysis software* (Perangkat lunak meta-analisis).
Ada berbagai perangkat lunak yang tersedia untuk melakukan meta-analisis, termasuk paket komprehensif seperti Cochrane dan perangkat yang lebih khusus seperti MetaWin. Perangkat lunak ini dapat membantu peneliti untuk mengelola data, melakukan analisis statistik, dan menghasilkan visualisasi.
8. *Big data* (Data besar).
Ketersediaan dataset yang besar dan kompleks merupakan tren yang signifikan dalam penelitian bisnis, tidak terkecuali dalam meta-analisis. Penggunaan data besar dapat memberikan wawasan baru tentang efektivitas intervensi dan strategi bisnis, tetapi juga menimbulkan tantangan metodologis dan analitis yang signifikan.
9. *Multi-level meta-analysis* (Meta-analisis multi-level).
Meta-analisis multi-level adalah pendekatan yang relatif baru yang memungkinkan analisis data di berbagai tingkat analisis, seperti tingkat individu, tim, dan organisasi. Pendekatan ini dapat membantu para peneliti untuk mengidentifikasi intervensi yang paling efektif di berbagai tingkat analisis.
10. *Stakeholder engagement* (Keterlibatan pemangku kepentingan).
Keterlibatan pemangku kepentingan merupakan tren penting dalam penelitian bisnis, karena dapat membantu memastikan bahwa penelitian tersebut relevan, berdampak, dan dapat ditindaklanjuti. Untuk mengoptimalkan dampak meta-analisis, peneliti harus melibatkan para pemangku kepentingan seperti manajer, pembuat kebijakan, dan praktisi selama proses penelitian.

Keberhasilan meta-analisis dalam penelitian bisnis akan bergantung pada seberapa baik para peneliti dapat mengatasi tantangan-tantangan ini dan memanfaatkan potensi tren yang muncul untuk menghasilkan temuan-temuan penelitian yang berkualitas tinggi, dapat diandalkan, dan dapat ditindaklanjuti.

1.9 Penutup

Meta-analisis adalah metode penelitian yang semakin populer di bidang penelitian bisnis. Metode ini menawarkan banyak keuntungan, seperti peningkatan presisi estimasi ukuran efek, identifikasi moderator dan sumber heterogenitas, dan deteksi bias publikasi, yang dapat berkontribusi pada pengambilan keputusan berbasis bukti dan menginformasikan kebijakan dan praktik. Meta-analisis juga dapat meningkatkan generalisasi temuan, meningkatkan kontrol kualitas data, dan mengurangi bias penelitian. Selain itu, meta-analisis juga dapat membantu mengidentifikasi kesenjangan penelitian, menghasilkan pertanyaan penelitian baru, dan memfasilitasi kolaborasi antar disiplin ilmu.

Namun, ada juga beberapa kelemahan dari meta-analisis, seperti potensi heterogenitas di seluruh studi dan risiko manipulasi data atau bias publikasi. Hal ini membutuhkan pertimbangan yang cermat terhadap kriteria inklusi studi dan variabel perancu potensial, serta teknik analisis statistik yang tepat. Selain itu, terdapat tantangan dalam mengintegrasikan temuan di seluruh studi dengan metodologi atau populasi yang berbeda. Terlepas dari tantangan-tantangan ini, meta-analisis tetap menjadi alat yang berharga dalam penelitian bisnis, terutama di bidang-bidang di mana uji coba terkontrol secara acak berskala besar sulit dilakukan.

Di masa depan akan ada beberapa tren dan tantangan dalam penggunaan meta-analisis dalam penelitian bisnis. Hal ini mencakup kebutuhan untuk mengatasi masalah bias dan heterogenitas, serta pengembangan teknik statistik dan perangkat lunak baru untuk memfasilitasi meta-analisis. Selain itu, ada minat yang semakin besar dalam menggunakan meta-analisis untuk menjawab pertanyaan yang berkaitan dengan

perbandingan lintas disiplin ilmu, serta potensi meta-analisis untuk digunakan bersama dengan metode penelitian lain, seperti analisis kualitatif. Pada akhirnya, penggunaan meta-analisis dalam penelitian bisnis kemungkinan akan terus berkembang, menawarkan wawasan yang berharga tentang efektifitas berbagai intervensi dan strategi dalam meningkatkan hasil bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Geyer-Klingenberg, J., Hang, M. and Rathgeber, A. (2020) 'Meta-analysis in finance research: Opportunities, challenges, and contemporary applications', *International Review of Financial Analysis*, 71, p. 101524. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.irfa.2020.101524>.
- Hansen, C., Steinmetz, H. and Block, J. (2022) 'How to conduct a meta-analysis in eight steps: a practical guide', *Management Review Quarterly*, 72(1), pp. 1–19. Available at: <https://doi.org/10.1007/s11301-021-00247-4>.
- Kirca, A.H. and Yaprak, A. (2010) 'The use of meta-analysis in international business research: Its current status and suggestions for better practice', *International Business Review*, 19(3), pp. 306–314. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2010.01.001>.
- Medeiros, K.E. *et al.* (2017) 'What is Working, What is Not, and What We Need to Know: a Meta-Analytic Review of Business Ethics Instruction', *Journal of Academic Ethics*, 15(3), pp. 245–275. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10805-017-9281-2>.
- Mondal, S., Singh, S. and Gupta, H. (2022) 'A meta-analysis of green and sustainable business models: A comprehensive approach', *Journal of Cleaner Production*, 371, p. 133623. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.133623>.
- Oesterreich, T.D. *et al.* (2022) 'The role of the social and technical factors in creating business value from big data analytics: A meta-analysis', *Journal of Business Research*, 153, pp. 128–149. Available at: <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.>

08.028.

- Oesterreich, T.D., Anton, E. and Teuteberg, F. (2022) 'What translates big data into business value? A meta-analysis of the impacts of business analytics on firm performance', *Information & Management*, 59(6), p. 103685. Available at:
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2022.103685>.
- Ohiomah, A., Benyoucef, M. and Andreev, P. (2020) 'A multidimensional perspective of business-to-business sales success: A meta-analytic review', *Industrial Marketing Management*, 90, pp. 435–452. Available at:
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.08.011>.
- Stajkovic, A.D. and Stajkovic, K.S. (2022) 'Meta-Analysis as a Business Research Method'. Oxford University Press. Available at:
<https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190224851.013.213>.
- Steel, P., Beugelsdijk, S. and Aguinis, H. (2021) 'The anatomy of an award-winning meta-analysis: Recommendations for authors, reviewers, and readers of meta-analytic reviews', *Journal of International Business Studies*, 52(1), pp. 23–44. Available at:
<https://doi.org/10.1057/s41267-020-00385-z>.
- Velte, P. (2022) 'Meta-analyses on Corporate Social Responsibility (CSR): a literature review', *Management Review Quarterly*, 72(3), pp. 627–675. Available at:
<https://doi.org/10.1007/s11301-021-00211-2>.
- Zhang, H. et al. (2021) 'An integration of antecedents and outcomes of business model innovation: A meta-analytic review', *Journal of Business Research*, 131, pp. 803–814. Available at:
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.045>.

BAB 2

KONSEP DASAR PENELITIAN BISNIS

Oleh Rida Ristiyana

2.1 Pendahuluan

Demi menunjang hasil keputusan yang mampu dipertanggungjawabkan, penelitian/riset ilmiah menjadi salah satu solusi dalam menyelesaikan permasalahan (studi kasus). Mengingat perkembangan zaman dan teknologi yang inovatif serta berdaya saing. Pelaku bisnis terus mencari informasi ilmiah yang akurat guna memperoleh informasi relevan dan manajer sering dihadapkan pada permasalahan yang kompleks sehingga dibutuhkan riset untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang ada. Hasil riset nantinya dapat digunakan dalam pengambilan keputusan bisnis. Riset/penelitian yang baik harus bersifat objektif, empiris dan kritis, hasil dari berpikir ilmiah berperan dalam memberikan informasi yang efektif guna melihat peluang bisnis yang kian diminati dan berprospek baik. Namun, pelaku bisnis harus memahami konsep dasar dari penelitian bisnis. Pada bahasan ini akan dibahas mengenai konsep dasar dari penelitian bisnis.

2.2 Pengertian Penelitian Bisnis

Menurut beberapa ahli definisi penelitian bisnis, yaitu :

- a. Menurut (David H. Penny) dalam (Suwardi, 2009) :
Pemikiran yang sistematis tentang permasalahan sekaligus pemecahannya hingga membutuhkan pengumpulan data dan interpretasi.
- b. Menurut (Kerlinger, 1986) dalam (Digdowiseiso, 2017) :
Riset yang bersifat sistematis, empiris dan terkontrol dengan didasari pada teori dan hipotesis guna mencari solusi atas permasalahan.

- c. Menurut (Rusidi, 2002) dalam (Pahlawan, 2022) : Upaya dalam memperoleh jawaban yang benar dari permasalahan dalam rangka mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi menggunakan metode dan prosedur yang sistematis yang nantinya bermanfaat bagi masyarakat.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian bisnis merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan secara sistematis, empiris dan terkontrol dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi dalam mencari solusi atas permasalahan bisnis.

2.3 Karakteristik Penelitian ilmiah/Bisnis

Penelitian ilmiah memiliki karakteristik, yaitu :

- a. Tujuan dirumuskan dengan jelas
- b. Ada uji validitas dan instrumen teruji
- c. Analisis data yang benar dan relevan
- d. Hasil pengamatan dan interpretasi meyakinkan.

Menurut (Sugiyono, 2022) ilmiah bermakna aktivitas penelitian meliputi serangkaian kegiatan, yaitu :

- a. Rasional : penyelidikan ilmiah harus masuk akal dan dapat dinalar oleh manusia.
- b. Empiris : dapat diamati oleh orang lain dengan panca indera.
- c. Sistematis : melalui serangkaian aktivitas / langkah yang logis (fenomena, rujukan teori, hipotesis, pengumpulan data, analisis dan interpretasi data/kesimpulan).

Sedangkan penelitian bisnis memiliki karakteristik sebagai berikut :

- a. Tujuan dan fenomena spesifik dan jelas
- b. Dijelaskan dengan rinci dan menggunakan teknik analisis data akurat dan tepat
- c. Kesimpulan dilampirkan data pendukung dari riset
- d. Laporan sistematis dan lengkap
- e. Peneliti memiliki integritas yang tinggi dan memiliki pengalaman riset.

2.4 Ragam Penelitian

Penelitian bisnis memiliki ragam, jika dilihat dari sifat, jenis dan kegunaan. Berdasarkan sifat, penelitian dibedakan menjadi (Airlangga, 2023) :

- a. Penelitian dasar : penelitian yang berawal dari fakta objektif / melalui perumusan hipotesis.
- b. Penelitian vertikal : penelitian yang berawal dari teori dan dikaitkan dengan fakta objektif.
- c. Penelitian survei : penyelidikan atas gejala yang terjadi ditempat penelitian.

Berdasarkan jenisnya, penelitian dibedakan menjadi :

- a. Penelitian eksploratif : penelitian yang tidak membutuhkan rujukan teori dan tidak terdapat hipotesis.
- b. Penelitian deskriptif : penelitian untuk penetapan pengukuran atas gejala yang diamati dan diukur.
- c. Penelitian konformatif : penelitian untuk mengkaji lebih dalam (menelaah), mendeskripsikan hubungan variabel
- d. Penelitian evaluatif : penelitian guna mengevaluasi dari hasil kegiatan serta klasifikasi evaluasi dan capaian tujuan.
- e. Penelitian prediktif : penelitian atas proteksi hasil kajian atas gejala yang diamati melalui penelusuran.

Berdasarkan kegunaan, penelitian dibedakan menjadi :

- a. Penelitian murni : penelitian guna mempertahankan kesinambungan serta integritas dari pemikiran ilmiah demi menunjang ilmu pengetahuan pada bidang tertentu.
- b. Penelitian terapan : penelitian untuk pengembangan serta perbaikan tata/nilai ekonomi ataupun sosial dan bersifat praktis.

2.5 Konsep Dasar Penelitian Bisnis

Konsep dasar pada penelitian bisnis/ilmiah meliputi :

2.5.1 Proses Berpikir

Terdapat dua paradigma/argumen pada proses berpikir dalam melakukan penelitian, yaitu :

- a. Deduksi : berpikir dari hal umum ke hal khusus (alasan harus benar/nyata).
- b. Induksi : berpikir dari kesimpulan pada kondisi tertentu (uji hipotesis).

2.5.2 Sikap ilmiah

Sikap ilmiah meliputi (Huang, 2023):

- a. Pendekatan Non-Ilmiah, yang dikategorikan menjadi :
 - Akal Sehat (*Common Sense*) : dengan akal sehat dapat mengarahkan ke jalan yang benar/salah.
 - Prasangka: Dengan akal sehat peneliti justru mempersempit observasinya (pengamatan) dan melihat dari 2 hal yang berkaitan, peneliti cenderung mengeneralisasi yang lalu hingga menjadi prasangka.
 - Pendekatan Intuitif : melalui pengetahuan dapat secara cepat. Melalui intuitif pengetahuan terkadang sulit dipercaya. Metode ini disebut *a priosi*.
 - Penemuan kebetulan dan coba-coba : penemuan secara tidak pasti atau kebetulan (tidak melalui langkah yang sistematis) dan *trial and error* (coba-coba). Penemuan pada dasarnya tidak terkontrol dan tidak efisien.
 - Pendapat otoritas ilmiah dan pikiran kritis : yang mempunyai pengalaman kerja ilmiah biasanya adalah otoritas ilmiah. Pendapatnya diakui karena berasal dari pemikiran yang logis.
- b. Pendekatan Ilmiah : yang dibangun dari teori secara sistematis dan empiris. Jika ini dilakukan maka diperoleh konsistensi hasil yang riset yang baik.
- c. Sifat Penelitian Ilmiah : Peneliti harus berpikir ilmiah dan memiliki sikap kritis, skeptis dan analitis. Metode penelitian harus sesuai dengan objek studi. Syarat yang dibutuhkan saat melakukan aktivitas ilmiah yaitu : sistematis, mengikuti konsep ilmiah dan terencana.
- d. Syarat Penelitian Ilmiah : (a). spesifik, jelas dan tidak ambigu ; (b). prosedur penelitian jelas ; (c). desain penelitian valid dan objektif ; (d). memadainya analisis

data ; (e'). terdapatnya data pendukung untuk menghasilkan kesimpulan yang akurat.

2.5.3 Konsep dan Konsepsi

Konsep adalah fenomena yang membutuhkan kata supaya dapat berkomunikasi. Penelitian dikatakan berhasil jika penyusunan konsep dibuat secara jelas dan orang lain dapat mengerti dengan baik. Konsep memiliki karakteristik, yaitu : melibatkan komponen-komponen, menggunakan kata guna menjelaskan definisi dari yang akan dikaji dan mendeskripsikan variasi pada tingkat abstraksi. Sedangkan konsepsi adalah pemikiran khusus untuk membangun sebuah teori.

2.5.4 Variabel dan Hubungan Asimetris Dua Variabel

Variabel penelitian dibedakan menjadi :

- a. Variabel dependen : variabel yang dipengaruhi/variabel bebas.
- b. Variabel independen : variabel penyebab/variabel terikat.
- c. Variabel intervening : variabel lain antara variabel independen dan dependen.
- d. Variabel kontrol : variabel yang konstan tidak berdampak oleh faktor luar yang tidak diamati/teliti.
- e. Variabel moderator : disebut sebagai variabel dependen kedua
- f. Variabel luar biasa : variabel dengan jumlah tak terbatas dan sedikit pengaruh pada keadaan tertentu.

Hubungan dua variabel terdiri dari hubungan asimetris dua variabel dan hubungan asimetri tiga variabel. Berikut penjelasannya :

- a. Dengan variabel kontrol : peneliti berupaya mencari model hubungan antar variabel berdasarkan pada fenomena.
- b. Dengan variabel antara : peneliti wajib mempunyai wawasan yang luas dan tajam. Perlu memahami fenomena dan variabel lain yang diprediksi mempunyai kontribusi besar.

2.5.5 Definisi Operasional dan Kerangka Berpikir

Semua konsep variabel harus dapat dijelaskan dan memiliki definisi sehingga lebih mudah untuk diukur. Peneliti juga harus mendefinisikan variabel tersebut. Peneliti menggunakan logika empiris dan rujukan empiris supaya dapat mengklasifikasikan obyek dengan cara yang sama.

Kerangka berpikir berperan dalam menghubungkan variabel bebas dan terikat. Pada penelitian mandiri perlu deskripsi teoritis pada tiap variabelnya. Kriteria pada kerangka berpikir meliputi : variabel telah dijelaskan, terdapat teori yang melatarbelakangi, bentuk antar variabel jelas dan spesifik, disajikan dalam bentuk gambar.

2.5.6 Peranan Teori Dalam Penelitian

Meneliti adalah aktivitas ilmiah dengan cara menyimpulkan data. Meski kurang sesuai, bukan berarti berlawanan dengan teori namun yang penting adalah menambah asumsi yang memadai (Huang, 2023). Peneliti membuat generalisasi hasil penelitian dan berpegang pada 3 prinsip yaitu : relevan, mutakhir dan lengkap. Semakin mutakhir sumber dari bacaan maka semakin mutakhir pula teori dalam memecahkan permasalahan riset.

2.5.7 Perumusan Masalah Penelitian

Dasar dilakukan riset adalah adanya masalah yang harus dicari solusi. Dikatakan terdapat masalah jika ada penyimpangan antara harapan dengan kenyataan ; pengaduan konsumen ; semakin tajamnya persaingan bisnis (tidak semua masalah dapat diselesaikan, pernyataan riset perlu didukung data tidak hanya informasi).

2.5.8 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara oleh peneliti yang mendeskripsikan variabel terikat pada suatu kasus. Adapun peran penting dari hipotesis di antaranya : pedoman dalam riset, arah jelas dalam riset, mengarahkan peneliti pada kebutuhan informasi yang relevan, memudahkan dalam menyusun desain penelitian. Ciri-ciri hipotesis yaitu : berorientasi pada tujuan,

rumusan hipotesis berdasarkan pada tujuan penelitian, dapat diuji dengan data empiris, disusun atas dasar kondisi yang tidak membutuhkan asumsi. Karakteristik hipotesis meliputi : definisi operasional dirumuskan dengan jelas, berkenaan dengan teori dan fakta, dapat diuji, disajikan dalam kalimat deklaratif dan berkaitan dengan teknik ilmiah. Contoh hipotesis : perbedaan signifikan, seberapa tinggi semangat dari kerja pegawai di BUMN, hubungan positif antara kedisiplinan mahasiswa dengan perilaku dosen, dll.

2.6 Tahapan Dalam Penelitian Bisnis

Tahapan penelitian bisnis dilakukan supaya kegiatan penelitian dilakukan secara benar sesuai dengan pedoman penelitian bisnis (Airlangga, 2023). Peneliti tidak cukup hanya dengan mengumpulkan data saja namun harus bermula dari permasalahan dan berlanjut pada tahap solusi. Tahapan riset bisnis meliputi : penemuan dan identifikasi masalah, desain riset, sampling, pengumpulan data, interpretasi dan kesimpulan.

2.7 Etika Penelitian

Dalam penelitian tidak lepas dari etika riset. Etika penelitian merupakan jaminan agar tidak ada pihak yang dirugikan saat berlangsungnya proses riset. Peneliti harus melindungi hak responden dan sebaliknya termasuk menjaga kerahasiaan data yang sudah diberikan oleh informan (responden). Sebelum mewawancarai perlu adanya izin dari responden demi menjaga validitas dalam riset.

DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga, U. (2023). *Konsep Dasar Penelitian Ilmiah*.
Www.Studocu.Com.
<https://www.studocu.com/id/document/universitas-airlangga/metodologi-penelitian/pertemuan-1-resume/8307399>
- Digdowiseiso, K. (2017). Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. In *Universitas Pendidikan Indonesia* (Vol. 1, Issue Metodologi Penelitian).
- Huang, E. (2023). *Konsep Dasar Penelitian Bisnis*.
<https://Dokumen.Tips>.
<https://dokumen.tips/documents/konsep-dasar-penelitian-bisnis.html?page=1>
- Pahlawan, U. (2022). *Konsep Dasar Penelitian*.
Universitaspahlawan.Ac.Id.
<https://staff.universitaspahlawan.ac.id/web/upload/materials/2858-materials.pdf>
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D (ke-3)*. CV.Alfabeta. <https://cvalfabeta.com/product/metode-penelitian-bisnis-pendekatan-kuantitatif-kualitatiff-kombinasi-dan-rd/>
- Suwardi, I. (2009). Metode penelitian sosial. In *Bandung: PT. Refika Aditama* (Issue October 2019).
https://www.google.co.id/books/edition/METODOLOGI_PENELITIAN_SOSIAL/tretDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PENELITIAN+DASAR+KAJIAN+PENELITIAN&printsec=frontcover

BAB 3

PENELITIAN METODE SURVEI

Oleh Luluk Tri Harinie

3.1 Pendahuluan

Penelitian survei melibatkan pengumpulan informasi dari sampel individu melalui tanggapannya terhadap pertanyaan. Metode ini merupakan metode yang efisien untuk mengumpulkan data secara sistematis dari spektrum yang luas dari individu dan lingkungannya. Seperti yang mungkin telah diamati, banyak sekali peneliti yang memilih metode pengumpulan data ini. Faktanya survei telah menjadi bagian penting dari tatanan sosial, sehingga tidak dapat menilai banyak hal jika hanya membaca dari koran atau melihat sesuatu melalui televisi tanpa memiliki pemahaman tentang penelitian survei (Groves, et al., 2009).

Penelitian survei terkenal memiliki fleksibilitas, efisiensi, dan kemampuannya untuk digeneralisasi. Fleksibilitas metode survei merupakan hal terpenting, dimana para peneliti dapat menggunakan metode survei untuk menyelidiki berbagai bidang. Survei efisien, karena banyak variabel yang dapat diukur tanpa menambah waktu atau biaya. Data survei dapat dikumpulkan dari banyak orang dengan biaya yang relatif rendah dan tergantung pada desain survei serta relatif cepat. Metode survei cocok untuk pengambilan sampel probabilitas dari populasi yang besar. Makanya penelitian survei sangat menarik ketika generalisasi sampel merupakan tujuan utama penelitian. Kenyataan penelitian survei sering kali menjadi satu-satunya cara yang tersedia untuk mengembangkan gambaran representatif tentang sikap dan karakteristik populasi yang besar. Disampaikan juga survei merupakan metode pilihan ketika generalisasi lintas populasi menjadi perhatian utama (Weisz & Jensen, 2001).

Penelitian metode survei merupakan metode kuantitatif dan kualitatif yang memiliki dua karakteristik penting. *Pertama*, variabel-variabel yang diteliti diukur dengan menggunakan laporan diri. Intinya, peneliti survei meminta partisipan mereka (yang sering disebut responden dalam penelitian survei) untuk melaporkan secara langsung pikiran, perasaan, dan perilakunya sendiri. *Kedua*, perhatian yang cukup besar diberikan pada masalah pengambilan sampel. Secara khusus periset survei memiliki preferensi yang kuat untuk sampel acak yang besar, karena mereka memberikan estimasi yang paling akurat tentang apa yang sebenarnya terjadi di dalam populasi. Di luar dua karakteristik ini, hampir semua hal dapat dimasukkan ke dalam penelitian survei. Survei dapat berlangsung lama atau singkat. Survei dapat dilakukan secara langsung, melalui telepon, melalui surat, atau melalui internet. Survei bisa mengenai niat memilih, preferensi konsumen, sikap sosial, kesehatan, atau apa pun yang memungkinkan untuk ditanyakan kepada responden dan mendapatkan jawaban yang bermakna. Meskipun data survei sering dianalisis menggunakan statistik, ada banyak pertanyaan yang cocok untuk analisis yang lebih kualitatif (Groves, et al., 2009).

3.2 Sejarah Penggunaan Penelitian Metode Survei

Penelitian survei mungkin bermula dari survei sosial di Inggris dan Amerika yang dilakukan sekitar pergantian abad ke-20 oleh para peneliti dan pembaharu yang ingin mendokumentasikan tingkat masalah sosial seperti kemiskinan. Pada tahun 1930-an, pemerintah Amerika Serikat melakukan survei untuk mendokumentasikan kondisi ekonomi dan sosial di negara tersebut. Kebutuhan untuk menarik kesimpulan tentang seluruh populasi membantu memacu kemajuan dalam prosedur pengambilan sampel. Pada waktu yang hampir bersamaan beberapa peneliti yang terkenal dalam riset pasar dengan mempelajari preferensi konsumen untuk bisnis Amerika, mengalihkan perhatiannya pada jajak pendapat pemilu. Peristiwa penting yang terjadi saat pemilihan presiden pada tahun 1936 antara Alf Landon dan Franklin Roosevelt. Sebuah

majalah bernama *Literary Digest* melakukan survei dengan mengirimkan surat suara (yang juga merupakan permintaan berlangganan) kepada jutaan orang Amerika. Berdasarkan hasil jajak pendapat tersebut, para pemimpin redaksi memprediksi bahwa Landon akan menang telak. Namun saat yang sama, para pembuat jajak pendapat juga baru saja menggunakan metode ilmiah dengan sampel yang jauh lebih kecil untuk memprediksi hal yang sebaliknya bahwa Roosevelt akan menang telak. Bahkan salah satu dari mereka, George Gallup, secara terbuka mengkritik metode *Literary Digest* sebelum pemilihan dan menjamin bahwa prediksinya yang akan benar. Dan tentu saja, memang benar. Ketertarikan terhadap survei di sekitar waktu pemilihan umum telah menghasilkan beberapa proyek jangka panjang. Contoh lain, penelitian Pemilihan Umum Kanada yang telah mengukur opini para pemilih Kanada di sekitar pemilihan umum federal sejak tahun 1965. Siapa pun dapat mengakses data dan membaca tentang hasil eksperimen dalam studi ini (Converse, 2009).

Selanjutnya dari riset pasar dan jajak pendapat pemilu, penelitian survei masuk ke beberapa bidang akademis, termasuk ilmu politik, sosiologi, dan kesehatan masyarakat. Penelitian survei terus menjadi salah satu pendekatan utama untuk mengumpulkan data baru. Dimulai pada tahun 1930-an para psikolog membuat kemajuan penting dalam desain kuesioner, termasuk teknik yang masih digunakan sampai sekarang (seperti skala Likert). Penelitian survei memiliki hubungan historis yang kuat dengan studi psikologis sosial tentang sikap, stereotip, dan prasangka. Para peneliti sikap awal juga merupakan salah satu psikolog pertama yang mencari sampel yang lebih besar dan lebih beragam daripada sampel mahasiswa yang secara rutin digunakan dalam psikologi (Converse, 2009). Dan hal ini masih digunakan sampai sekarang.

Mengacu pada beberapa hal yang sudah dikemukakan, makanya penelitian survei dikatakan sebagai pendekatan kuantitatif yang menampakkan pemakaian laporan terhadap sampel yang diamati. Pendekatan ini lebih leluasa bisa dipakai guna mempelajari bermacam-macam kuesioner penelitian dasar dan

terapan. Selain itu riset survei berujung pada riset sosial terapan, riset pasar, dan jajak pendapat pada pemilu. Makanya riset survei merupakan hal yang strategis pada berbagai disiplin ilmu, baik ilmu politik, sosiologi, kesehatan masyarakat, dan psikologi.

3.3 Tujuan Penggunaan Penelitian Metode Survei

Penelitian metode survei dapat digunakan untuk menjawab pertanyaan dan memecahkan masalah yang telah diajukan atau diamati, untuk menilai kebutuhan dan menetapkan tujuan, untuk menentukan apakah tujuan tertentu telah terpenuhi atau belum, untuk menetapkan garis dasar yang dapat digunakan untuk membuat perbandingan di masa depan, untuk menganalisis tren waktu, dan secara umum untuk menggambarkan apa yang ada, dalam jumlah dan konteksnya. Selain itu dapat juga digunakan untuk menganalisis tren dari waktu ke waktu, dan secara umum untuk menggambarkan apa yang ada, berapa jumlahnya, dan dalam konteks apa (Isaac & Michael, 1997).

Dalam penggunaannya terungkap bahwa penelitian metode survei memiliki tiga karakteristik utama. *Pertama*, metode survei dalam penelitian dipakai guna menggambarkan secara kuantitatif komponen spesifik dari suatu populasi. Dalam pemeriksaan hubungan antar variabel aspek-aspek ini sering kali terlibat. *Kedua*, data yang dibutuhkan untuk penelitian survei didapatkan dari narasumber dan bersifat subjektif. *Ketiga*, riset menggunakan metode survei mengambil sebagian populasi yang dipilih dari mana temuannya yang kemudian dapat digeneralisasikan kembali ke dalam populasi (Kraemer, 1991).

Selanjutnya pada penelitian metode survei, variabel independen dan dependen digunakan untuk mendefinisikan ruang lingkup penelitian. Sehingga tidak dapat dikontrol secara eksplisit oleh peneliti. Sebelum melakukan survei, peneliti harus membuat model yang mengidentifikasi hubungan yang diharapkan di antara variabel-variabel ini. Survei kemudian dibangun untuk

menguji model ini terhadap pengamatan fenomena (Glasow, 2005).

Berbeda dengan penelitian menggunakan metode survei, kuesioner merupakan alat pengumpulan data untuk melaksanakan penelitian dengan metode survei. Diungkapkan survei sebagai alat untuk mengumpulkan informasi tentang karakteristik, tindakan, atau opini dari sekelompok besar orang (Pinsonneault & Kraemer, 1993). Survei selama ini juga digunakan untuk menilai kebutuhan, mengevaluasi permintaan, dan memeriksa dampak (Salant & Dillman, 1994). Penggunaan istilah instrumen survei sering digunakan untuk membedakan alat survei untuk pengumpulan data dari penelitian survei yang dirancang untuk mendukungnya.

3.4 Kekuatan dan Kelemahan Penggunaan Penelitian Metode Survei

3.4.1 Kekuatan Survei

Penelitian menggunakan metode survei mampu mengekstrak informasi dari populasi yang menggunakan sampel. Survei juga bisa digunakan bagi pengumpulan data kependudukan beserta urutan sampel (McIntyre, 2013). Survei bersifat inklusif dalam hal macam dan total variabel yang bisa dipahami, membutuhkan biaya yang sedikitnya dikembangkan dan dikelola, dan relative gampang menggeneralisasi (Bell, 2013). Survei juga dapat menggunakan teknik observasi untuk mendapatkan informasi yang sulit diukur seperti sikap (McIntyre, 2013). Namun, penting untuk dicatat bahwa survei hanya dapat memberikan perkiraan untuk populasi sebenarnya, bukan alat pengukuran yang tepat (Salant & Dillman, 1994).

3.4.2 Kelemahan Survei

Tercatat bahwa survei secara umum tidak cocok jika peneliti membutuhkan pemahaman terhadap sebuah konteks historis dari fenomena (Pinsonneault & Kraemer, 1993). Hasil pengamatan menunjukkan ketidakjelasan bisa ada, mungkin disebabkan sedikitnya tanggapan subjek yang menjadi tujuan

penelitian atau adanya sifat dan ketepatan dari tanggapan yang dipahami (Bell, 2013). Sumber-sumber kesalahan yang lain seperti kesengajaan kesalahan pelaporan perilaku oleh responden untuk mengganggu capaian dari survei atau demi menutupi tingkah laku yang bukan semestinya. Akhirnya narasumber dapat merasakan kesusahan guna mengevaluasi perilakunya atau mempunyai memori yang jelek mengenai situasi di sekitar perilakunya.

3.5 Proses Penelitian Metode Survei

3.5.1 Desain Penelitian Metode Survei

Desain penelitian berbasis metode survei dilakukan dalam dua langkah (Levy & Lemeshow, 2013). *Pertama*, rencana pengambilan sampel harus dikembangkan. Rencana pengambilan sampel adalah metodologi yang akan digunakan untuk memilih sampel dari populasi. Rencana pengambilan sampel menggambarkan pendekatan yang akan digunakan untuk memilih sampel, bagaimana ukuran sampel yang memadai akan ditentukan, dan pilihan media yang akan digunakan untuk melaksanakan survei. Media survei meliputi wawancara melalui telepon dan tatap muka, serta survei melalui pos atau surat elektronik (Salant & Dillman, 1994). *Kedua*, strategi untuk mendapatkan estimasi populasi dari data sampel dan untuk memperkirakan keandalan estimasi populasi tersebut harus ditetapkan. Proses ini mencakup identifikasi level tanggapan dan level akurasi yang ingin dicapai untuk survei (Salant & Dillman, 1994).

Dalam proses perancangan survei, dibutuhkan masukan dari orang-orang yang akan menggunakan data survei serta dari orang-orang yang akan melaksanakan survei. Pengguna data harus mengidentifikasi variabel yang akan diukur, estimasi yang diperlukan, keandalan dan validitas yang diperlukan untuk memastikan kegunaan estimasi, dan keterbatasan sumber daya yang mungkin ada terkait pelaksanaan survei (Levy & Lemeshow, 2013). Periset yang melaksanakan survei perlu menyediakan saran lebih tentang kebutuhan sumber daya dan menawarkan prosedur pengambilan sampel alternatif yang

periset kira layak serta cocok bagi tugas tersebut. Pakar statistik merumuskan saran-saran tersebut demi peningkatan desain survei guna melengkapi keperluan pemakai data pada garis yang telah disyaratkan.

Bagian berikut ini membahas tiga elemen kunci dari desain survei, yaitu pertimbangan dalam pemilihan sampel, persyaratan untuk menentukan ukuran sampel yang dibutuhkan, dan pertimbangan untuk memilih media survei yang sesuai.

1. Penentuan Sampel

Penentuan sampel mengikuti satuan populasi, homogenitasnya, sarana sampel dan ongkos pemakaiannya, dan level presisi yang diperlukan. Individu yang terpilih guna dilibatkan merupakan sampel yang terpilih secara random dan perlu mempunyai kesamaan (atau diketahui) untuk dipilih (Salant & Dillman, 1994).

Diamati bahwa prasyarat untuk pemilihan sampel adalah dengan mendefinisikan populasi target sesempit mungkin (Salant & Dillman, 1994). Namun seringkali tidak mungkin untuk mengetahui populasi yang sebenarnya. Dalam kasus seperti itu, disarankan untuk menggunakan sampel teoritis (Attewell & Rule, 1991). Sampel teoritis secara purposif memilih organisasi yang menunjukkan fitur yang diinginkan yang menjadi fokus studi peneliti. Meskipun sampel teoretis tidak dipilih secara acak, responden individu dari dalam sampel tersebut dapat dipilih secara acak untuk mendapatkan efek yang mendekati.

2. Ukuran Sampel

Terdapat lima faktor yang menjadi penentu dalam ukuran sampel (Glasow, 2005) seperti berikut.

1) Tingkat presisi yang diinginkan

Sebuah survei digunakan untuk menetapkan bahwa efek yang didalilkan ada dalam sampel. Pendapat bahwa efek ini ada adalah hipotesis alternatif. Hipotesis nol menyatakan bahwa efek ini tidak ada.

Sampel harus cukup besar untuk menghasilkan level presisi yang diinginkan (Salant & Dillman, 1994). Terdapat beberapa satuan presisi yang dijelaskan dalam literatur. *Satu*, level signifikansi adalah total kekeliruan Tipe I yang diperbolehkan periset pada penelitian. Kesalahan Tipe I terjadi ketika hipotesis nol ditolak padahal hipotesis tersebut benar. *Dua*, jarak tingkat kepercayaan. Sampel survei meliputi data yang bisa dihitung rata-rata dan variannya. Interval kepercayaan dapat dibuat untuk setiap statistik ini, sehingga peneliti dapat menyatakan bahwa misalnya, "95 persen yakin" dengan statistik yang sesuai untuk populasi berada dalam rentang yang ditentukan dari statistik sampel.

Jika tujuan penelitian adalah untuk mendapatkan pemahaman umum tentang kepercayaan atau sikap, tingkat presisi yang lebih rendah mungkin dapat diterima. Ukuran sampel yang lebih kecil kemudian dapat diambil. Dinyatakan bahwa peneliti harus memastikan bahwa jumlah survei yang didistribusikan cukup untuk memungkinkan tidak adanya tanggapan dan untuk tanggapan yang tidak dapat digunakan, tidak terbaca, dan tidak lengkap (Salant & Dillman, 1994).

2) Kekuatan statistik yang diperlukan

Kekuatan statistik merupakan kemungkinan seorang periset untuk tidak menyetujui hipotesis nol dengan pertimbangan bahwa hipotesis alternatif bernilai benar (Attewell & Rule, 1991). Ketika hipotesis nol diterima secara keliru dan hipotesis alternatifnya benar, maka kesalahan Tipe II dikatakan ada. Kekuatan statistik sebagian ditentukan dari ukuran efek dan ukuran sampel (Glasow, 2005).

a. Ukuran efek sebagai penentu kekuatan

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, setiap sampel acak yang diambil dari suatu populasi memiliki rata-rata dan varian. Distribusi rata-rata adalah distribusi dari seluruh kemungkinan sampel yang bisa diperoleh dari populasi. Distribusi rata-rata adalah distribusi yang diberikan hipotesis nol.

Ukuran efek adalah penentu kekuatan statistik yang membantu untuk mengevaluasi kepentingan keseluruhan dari sebuah hasil (Aron & Aron, 2018). Dalam melakukan survei, sampel diambil dari populasi. Distribusi sampel, yang mewakili hipotesis alternatif, dibandingkan dengan distribusi rata-rata untuk menentukan apakah distribusi sampel berbeda secara signifikan dari hipotesis nol. Ukuran efek adalah sejauh mana distribusi rata-rata untuk hipotesis nol dan hipotesis alternatif tidak tumpang tindih. Semakin besar perbedaan dalam distribusi rata-rata, semakin tinggi kekuatannya.

b. Ukuran sampel sebagai penentu kekuatan

Penentu kekuatan yang kedua adalah ukuran sampel. Ketika ukuran sampel meningkat, maka distribusi rata-rata menjadi lebih sempit dan varian menurun. Sehingga mengurangi tumpang tindih antara dua distribusi dan meningkatkan daya (Aron & Aron, 2018).

3) Kesanggupan periset memperoleh saluran menuju ke sasaran penelitian

Faktor ketiga dalam menentukan ukuran sampel adalah kesanggupan periset memperoleh saluran menuju sasaran yang diperlukan. Mode yang dapat digunakan guna meringankan problem melalui pemakaian sampel secara teoritis, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya (Attewell & Rule, 1991).

4) Sejauh mana populasi dapat dikelompokkan

Faktor keempat dalam menentukan ukuran sampel adalah apakah sampel acak dapat dikelompokkan. Misalnya menurut sektor, ukuran, atau tingkat teknologi (Attewell & Rule, 1991). Dengan menggunakan beberapa tingkatan untuk menggambarkan teknologi yang digunakan dalam organisasi yang berbeda, misalnya peneliti dapat secara statistik menghubungkan perbedaan-perbedaan dalam strata teknologi dengan perbedaan (varian) dalam pengaruh adanya teknologi. Dijelaskan besaran sampel perlu ditambahkan saat

memakai sampel berstrata demi menjaga keakuratan yang dibutuhkan (Salant & Dillman, 1994). Kelompok kontrol dan kelompok uji adalah salah satu contoh pengambilan sampel.

5) Pemilihan unit analisis yang relevan.

Faktor terakhir dalam penentuan ukuran sampel adalah penentuan satuan penelitian yang tepat. Periset perlu menetapkan apakah narasumber survei merupakan perseorangan, kantor, atau semua organisasi (Pinsonneault & Kraemer, 1993). Diungkapkan juga bahwa kelompok kerja juga dapat menjadi unit analisis yang berguna (Attewell & Rule, 1991). Mengagregasi jawaban kuesioner individu di seluruh tim akan membantu mengurangi efek dari sikap idiosinkratik atau individu. Penelitian semacam itu kemudian harus mencoba menjelaskan perbedaan yang ditemukan di seluruh kelompok kerja.

3. Penentuan Sarana Survei

Dipahami bahwa penentuan sarana survei tergantung pada sumber daya yang dimiliki (Salant & Dillman, 1994) seperti berikut.

1) Survei secara tertulis

Media ini memerlukan sumber daya yang serendah-rendahnya (pekerja, waktu, dan ongkos) dan tingkat kesesuaian guna mendapatkan saluran data yang bersifat pribadi. Kekeliruan pengumpulan sampel serendah-rendahnya disebabkan biaya yang relative murah per angket. Kekeliruan penilaian periset dan narasumber juga serendah mungkin, sebab tidak adanya hubungan secara langsung. Survei tertulis menyediakan narasumber keleluasaan yang besar bagi tempo dan rangkaian tanggapan.

Survei tertulis bisa dibagikan lewat surat pos atau surat elektronik. Pada sejumlah kondisi, survei tertulis dibagikan secara langsung untuk mengevaluasi peristiwa yang baru saja terjadi kepada sekelompok responden. Pendekatan ini sering digunakan dalam penelitian survei militer, dimana laporan setelah tindakan digunakan

untuk mengevaluasi suatu latihan. Meskipun mode ini memberikan hasil yang cepat, sifat survei tertulis yang tidak disengaja membuat media ini rentan terhadap bias respon.

Di antara kekurangan survei tertulis yaitu tingkat subjektivitas pada macam-macam kekeliruan. Misalnya survei tertulis bisa saja menimbulkan kekeliruan liputan saat terdapat perbedaan jumlah penduduk yang tidak akurat atau kedaluwarsa. Survei begini juga umumnya rentan mengalami kekeliruan akibat tidak ada tanggapan. Bagi tingkat pendidikan yang kurang, kesulitan membaca, dan orang-orang difabel kecenderungan kesulitan melakukan survei tertulis (Isaac & Michael, 1997). Survei tertulis juga dapat mengalami kesalahan, jika narasumber dimaksud mengacu pada narasumber lain guna menanggapi survei tersebut. Akhirnya survei tertulis mengacu ke item yang tidak tertanggapi, yang mana sejumlah pertanyaan mungkin secara tidak sengaja atau sengaja terlewat.

2) Survei secara lisan

Survei secara lisan terdiri dari angket melalui seluler dan langsung bertemu. Angket secara langsung merupakan sarana yang sangat fleksibel guna mendapatkan infleksi verbal, gerak badan, dan bahasa badan lainnya. Periset cakap bisa mendapatkan pandangan lebih berkaitan dengan tanggapan yang ditampilkan melalui pengamatan bahasa badan narasumber (Isaac & Michael, 1997).

Interview langsung bermanfaat ketika populasi sesungguhnya tidak diketahui atau saat narasumber belum bisa atau kurang memungkinkan untuk menanggapi survei tertulis. Cara demikian juga sesuai bagi angket dengan banyak pertanyaan atau dianggap sulit guna mencapai narasumber yang pas.

Akan tetapi survei verbal bisa mengalami kekeliruan pengukuran saat periset kurang berpengalaman digunakan. Survei memerlukan pekerja, sarana, dan waktu lebih besar. Penemuan hasil dari interview langsung, terutama tidak mudah dirangkum dan

dimasukkan kedalam pengolahan data (Isaac & Michael, 1997).

3) Survei secara mode gabungan

Cara seperti ini terlebih dahulu memanfaatkan sarana yang paling baik guna menghasilkan tingkat respon paling besar dengan biaya seminimalnya. Sarana lain yang dipakai guna menaikkan tanggapan melalui peningkatan ongkos per angket. Angket secara tulisan umumnya merupakan mode pertama dipakai bagi survei secara mode gabungan, berikutnya disusul mode angket secara lisan. Periset mengatakan survei mode gabungan biasanya mencerminkan angka tanggapan gabungan sangat baik dibandingkan survei mode tunggal.

3.5.2 Pengembangan Instrumen Penelitian Metode Survei

Perkembangan instrumen survei sebaiknya diawali dari sejumlah kriteria tertentu (Salant & Dillman, 1994). *Satu*, konteks kajian perlu dirumuskan lebih dulu secara jelas. *Dua*, sasaran kajian perlu dijabarkan ke berbagai elemen secara terukur guna mendukung pencapaian sasaran tersebut dengan baik. *Tiga*, periset perlu menjamin dirinya memiliki pengetahuan yang memadai tentang tema tersebut dengan baik. Terakhir, survei harus dilaksanakan secara konsisten.

Instrumen survei idealnya disusun oleh para ahli di bidang ilmu pengukuran. Diungkapkan sebaiknya pakar statistik dilibatkan guna menyediakan saran tentang mekanisme prosedur yang akan dipakai guna menjamin akurasi data yang dihimpun oleh instrumen, serta menjamin instrumen sesuai guna mempercepat pengolahan dan penganalisisan data (Levy & Lemeshow, 2013).

3.5.3 Pelaksanaan Penelitian Metode Survei

Langkah berikutnya pada tahapan pelaksanaan survei ialah penerapan atau pemakaian instrumen survei. Ditekankan perlunya mempertahankan kredibilitas tanggapan perseorangan dengan hanya menyampaikan informasi secara umum. Pertimbangan etika lain dengan sadar akan keikutsertaan para

narasumber untuk diwawancarai sebagai acara bersifat kerelaan, menuntut peneliti perlu mengajak narasumber hadir secara sadar (Salant & Dillman, 1994).

Survei percontohan harus terlebih dahulu dilakukan untuk menguji instrumen dan prosedur survei sebelum survei yang sesungguhnya dilakukan (Levy & Lemeshow, 2013). Survei dapat dievaluasi dengan beberapa langkah (Fowler, 1995). *Satu*, pertanyaan wawancara bisa dinilai melalui fokus grup, interview mendalam guna menentukan sejauh mana narasumber mengerti kuesioner, dan dengan cara apa narasumber memformulasikan tanggapannya, serta tes awal survei pada situasi nyata di tempat. *Dua*, tanggapan atas pertanyaan-pertanyaan bisa diolah guna mengungkap jawaban yang diterima, serta untuk memastikan konsistensi karakteristik responden di seluruh pertanyaan. Tanggapan dapat dibandingkan dengan pertanyaan-pertanyaan lain dan dengan catatan-catatan resmi jika tersedia. Survei juga dapat dievaluasi dengan mengukur konsistensi jawaban atas pertanyaan yang diberikan dari waktu ke waktu.

Pengujian lapangan terhadap instrumen survei akan memudahkan pengumpulan dan analisis data di kemudian hari (Isaac & Michael, 1997). Setelah pengujian lapangan selesai, survei dilakukan dan data dikumpulkan, diberi kode, dan diproses.

3.5.4 Analisis Data dan Pelaporan Hasil Penelitian Metode Survei

Terakhir perlu diperhatikan persyaratan untuk mendapatkan sumber informasi, pengolahan datanya, dan penyampaian data yang akurat sebagai komponen utama dari sebuah survei yang terpercaya dan berkualitas. Pemakaian perangkat pengambilan sumber informasi secara otomatis bermanfaat sebagai memudahkan pengolahan dan pengelolaan datanya (Isaac & Michael, 1997). Selain itu didorong untuk penggunaan statistik nonparametrik dapat melibatkan ukuran sampel kecil (Lucas, 1991).

3.6 Kesalahan Dalam Penelitian Metode Survei

Dapat dikatakan bahwa survei terlalu mudah dilakukan. Organisasi dan individu sering kali memutuskan bahwa survei akan membantu memecahkan beberapa masalah penting, karena tampaknya sangat mudah untuk menyiapkan formulir dengan beberapa pertanyaan dan mengirimkannya. Namun tanpa perhatian yang cermat terhadap pengambilan sampel, pengukuran, dan desain survei secara keseluruhan, upaya tersebut kemungkinan besar akan gagal. Kegagalan seperti itu terlalu umum terjadi dan peneliti survei yang bertanggung jawab harus meluangkan waktu untuk merancang survei dengan baik, dan meyakinkan organisasi sponsor bahwa upaya ini sepadan dengan usaha yang dilakukan (Turner & Martin, 1984).

Supaya survei berhasil, survei harus meminimalkan risiko dari dua jenis kesalahan (Groves, et al., 2009), yaitu pengukuran yang buruk terhadap kasus-kasus yang disurvei (kesalahan observasi) dan penghilangan kasus yang seharusnya disurvei (kesalahan nonobservasi). Masalah-masalah potensial yang dapat menyebabkan kesalahan observasi berasal dari cara penulisan pertanyaan, karakteristik responden yang menjawab pertanyaan, cara penyajian pertanyaan dalam kuesioner, dan pewawancara yang digunakan untuk mengajukan pertanyaan. Potensi kesalahan pengukuran yang dihadapi peneliti survei dalam merancang pertanyaan dan kuesioner dirangkum dalam tabel 3.1 dan dibahas bagi setiap sumber kesalahan (Engel & Schutt, 2010).

Tabel 3.1 Kesalahan Pengukuran yang Terkait Dengan Survei

Kata-kata Pertanyaan:	Apakah pertanyaan tersebut memiliki makna yang konsisten bagi responden? Masalah dapat terjadi pada:
	• Kata-kata yang panjang , kata-kata yang terlalu panjang dan rumit. • Panjang pertanyaan, pertanyaan terlalu panjang.

	• Kurang spesifik, pertanyaan tidak menentukan informasi yang diinginkan. • Kurangnya kerangka acuan, pertanyaan tidak menyebutkan secara spesifik referensi perbandingan apa yang harus dibuat. • Bahasa yang tidak jelas, bisa menjadikan pemahaman tidak sama bagi setiap narasumber. • Negatif ganda, pertanyaan menggunakan dua atau lebih frasa negatif. • Pertanyaan berlaras ganda, pertanyaan tersebut sebenarnya menanyakan dua pertanyaan atau lebih. • Menggunakan istilah dan inisial, frasa menggunakan istilah-istilah khusus disiplin ilmu profesional atau akademis. • Pertanyaan yang mengarahkan, pertanyaan menggunakan frasa yang dimaksudkan untuk menggiring jawaban. • Perbedaan budaya dalam pemaknaan, frasa atau kata memiliki arti yang berbeda untuk subkelompok populasi yang berbeda.
Karakteristik Responden:	Karakteristik responden dapat menghasilkan jawaban yang tidak akurat. Hal ini termasuk:
	• Daya ingat, masalah dalam mengingat peristiwa atau detail tentang peristiwa. • <i>Telescoping</i>, mengingat peristiwa yang terjadi baru-baru ini daripada ketika peristiwa itu benar-benar terjadi. • Persetujuan atau bias persetujuan, kecenderungan responden untuk "setuju." • Keinginan sosial, kecenderungan untuk ingin tampil dalam cahaya yang positif, makanya memberikan respon yang diinginkan. • Mengambang (<i>floaters</i>), responden memilih

	jawaban yang tidak substantif padahal benar-benar tidak tahu. • Penjaga jarak (<i>fence-sitter</i>), orang yang menganggap dirinya netral agar tidak memberikan jawaban yang salah. • Pertanyaan sensitif, pertanyaan yang dianggap terlalu pribadi.
Penyajian Pertanyaan:	Struktur pertanyaan dan instrumen survei dapat menghasilkan kesalahan, termasuk:
	• Pertanyaan terbuka, kategori jawaban tidak disediakan dan diserahkan kepada responden untuk memilihnya. • Pertanyaan tertutup, kategori jawaban yang mungkin disediakan. • Setuju-tidak setuju, kecenderungan untuk setuju ketika hanya ada dua pilihan yang ditawarkan. • Urutan pertanyaan, konteks atau urutan pertanyaan dapat memengaruhi respons selanjutnya karena responden berusaha untuk tetap konsisten. • Kumpulan respon, memberikan respon yang sama untuk serangkaian pertanyaan. • Pertanyaan penyaring, pertanyaan yang digunakan untuk menentukan apakah pertanyaan lain relevan.
Pewawancara:	Penggunaan pewawancara dapat menghasilkan kesalahan
	• Ketidakcocokan karakteristik demografis pewawancara dan terwawancara. • Tindakan menghakimi yang tidak disadari terhadap tanggapan.

Sumber: (Engel & Schutt, 2010)

Ada tiga sumber kesalahan yang tidak teramati (Engel & Schutt, 2010) seperti berikut.

1. Cakupan populasi bisa tidak mencukupi karena kerangka pengambilan sampel yang buruk.
2. Proses pengambilan sampel secara acak dapat mengakibatkan kesalahan pengambilan sampel. Perbedaan karakteristik anggota sampel yang muncul secara kebetulan.
3. Tidak ada tanggapan dapat mendistorsi sampel ketika individu menolak untuk merespon atau tidak dapat dihubungi. Ketidakresponsifan terhadap pertanyaan-pertanyaan tertentu, dapat mendistorsi generalisasi dari jawaban-jawaban atas pertanyaan-pertanyaan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aron, A. & Aron, E. N., 2018. *Statistics for the behavioral and social sciences: A brief course*. 6 ed. New York: Pearson Education.
- Attewell, P. & Rule, J. B., 1991. Survey and other methodologies applied to IT impact research: Experiences from a comparative study of business computing. In: *Paper presented at The Information Systems Research Challenge: Survey Research Methods*. s.l.:s.n.
- Bell, S., 2013. *Learning with information systems: Learning cycles in information systems development*. New York: Routledge.
- Converse, J. M., 2009. *Survey Research in the United States: Roots and Emergence 1890-1960*. 1st ed. New York: Routledge.
- Engel, R. J. & Schutt, R. K., 2010. *Fundamentals of social work research*. Washington, DC: Sage Publications, Inc..
- Fowler, F. J., 1995. Improving Survey Questions: Design and Evaluation. In: *Applied Social Research Methods*. University of Massachusetts Boston, USA: Center for Survey Research.
- Glasow, P. A., 2005. Fundamentals of Survey Research . In: Virginia: MITRE PRODUCT.
- Groves, R. M. et al., 2009. *Survey Methodology*. s.l.:John Wiley & Sons.
- Isaac, S. & Michael, W. B., 1997. *Handbook in research and evaluation: A collection of principles, methods, and strategies useful in the planning, design, and evaluation of studies in education and the behavioral sciences*. 3rd ed. San Diego: Educational and Industrial Testing Services.
- Kraemer, K. L., 1991. Introduction. Paper presented at The Information Systems Research Challenge: Survey Research Methods.

- Levy, P. S. & Lemeshow, S., 2013. *Sampling of Populations: Methods and Applications*. 4 ed. New York: John Wiley and Sons.
- Lucas, H. C., 1991. Methodological issues in information systems survey research. In: *Paper presented at The Information Systems Research Challenge: Survey Research Methods*. . New York: s.n.
- McIntyre, L., 2013. *The practical skeptic: Core concepts in sociology*. 6 ed. s.l.:McGraw Hill.
- Pinsonneault, A. & Kraemer, K. L., 1993. Survey research methodology in management information systems: An assessment. *Journal of Management Information Systems*, Volume 10, pp. 75-105.
- Salant, P. & Dillman, D. A., 1994. *How to conduct your own survey*, New York: John Wiley and Sons.
- Turner, C. F. & Martin, E., 1984. *Surveying Subjective Phenomena*. s.l.:Russell Sage Foundation.
- Weisz, J. R. & Jensen, A. L., 2001. Child and adolescent psychotherapy in research and practice contexts: Review of the evidence and suggestions for improving the field. *Eropean Child & Adolescent Psychiatry*, pp. 1-13.

BAB 4

Survei Internet

Oleh Arief Yanto Rukmana

4.1 Pendahuluan

Manusia memiliki akses ke berbagai sumber daya, yang dapat mereka manfaatkan untuk memperoleh pengetahuan dan membuat pilihan (Chadijah *et al.*, 2023). Sumber daya ini meliputi: pengalaman pribadi dan akal sehat; mengacu pada pandangan para ahli di bidangnya; informasi populer yang diperoleh dari media massa; kepercayaan, nilai, dan ideologi; dan nilai-nilai, ideologi, dan nilai-nilai (Yanto Rukmana, Harto and Gunawan, 2021). Pendekatan yang didasarkan pada pengalaman pribadi dan akal sehat tidak sepenuhnya akurat karena berbagai kemungkinan kekurangan (Harto *et al.*, 2022). Beberapa kesalahan ini termasuk generalisasi berlebihan, penanganan yang menyesatkan, penarikan kesimpulan yang tergesa-gesa, efek halo, dan konteks yang tidak tepat. Akibatnya, teknik penelitian ilmiah muncul untuk mendapatkan informasi dan pengambilan keputusan yang berasal dari sumber dan prosedur yang telah divalidasi secara ilmiah (Jogiyanto Hartono, 2018).

Mengidentifikasi masalah, mengembangkan hipotesis, membaca literatur yang relevan, penamaan variabel, mengembangkan definisi operasional, memanipulasi dan mengendalikan variabel, mengembangkan desain penelitian, mengidentifikasi dan menyusun alat observasi dan pengukuran, mengembangkan kuesioner, melakukan analisis statistik, memanfaatkan komputer untuk analisis data, dan menulis laporan penelitian adalah langkah-langkah yang terlibat dalam penelitian ilmiah (Hartono and Saputro, 2018). Dalam penelitian ilmiah, salah satu kegiatan yang paling signifikan adalah mengumpulkan data

melalui penggunaan kuesioner (Setiawan, 2012; Wakil *et al.*, 2022).

Di antara mereka yang bekerja dalam bisnis, pengumpulan data juga dilakukan melalui penggunaan kuesioner untuk membuat pilihan komersial yang signifikan (Rukmana and Sukanta, 2020). Melakukan survei kepuasan pelanggan, survei umpan balik produk, survei pasar, dan survei perilaku konsumen adalah beberapa aplikasi penelitian yang dapat ditemukan di sektor komersial. Penelitian dilakukan dalam domain manajemen sumber daya manusia (Al Aidhi *et al.*, 2023). Beberapa contoh penelitian semacam ini adalah survei kepuasan karyawan, survei pelatihan internal, dan survei evaluasi kinerja karyawan. Penelitian telah dilakukan di bidang kedokteran, seperti survei kesehatan karyawan dan survei kepuasan terhadap pelayanan kesehatan yang ditawarkan oleh rumah sakit. Dalam industri perhotelan, penelitian yang sering dilakukan adalah survei kepuasan terhadap pelayanan hotel sekaligus kajian tingkat kepuasan yang dimiliki tamu hotel terhadap pelayanan tersebut (Simanjuntak and Sukresna, 2020; Hakim *et al.*, 2023a).

4.2 Latar Belakang dan Sejarah Survei Internet

Survei internet, juga dikenal sebagai survei online, adalah metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian bisnis yang melibatkan penggunaan internet untuk mengelola kuesioner kepada responden (Juliandi and Manurung, 2014). Penggunaan survei internet menjadi semakin populer dalam beberapa tahun terakhir karena meluasnya penggunaan internet dan kemajuan teknologi. Survei internet digunakan untuk mengumpulkan data tentang berbagai topik, seperti kepuasan pelanggan, riset pasar, dan umpan balik karyawan (Simanjuntak and Sukresna, 2020; Rukmana, 2023).

Sejarah survei internet dapat ditelusuri kembali ke tahun 1990-an ketika internet pertama kali diperkenalkan ke public (Harto, Rozak and Rukmana, 2021). Survei internet pertama kali dilakukan pada tahun 1994 oleh firma riset, CompuServe, dan sejak saat itu, penggunaan survei internet telah berkembang secara signifikan (Puspita *et al.*, 2022). Saat ini, survei internet

banyak digunakan oleh kalangan dunia bisnis, peneliti akademik, dan lembaga pemerintah karena efisiensi, efektivitas biaya, dan kemampuannya menjangkau sampel responden yang besar dan beragam (Fkun *et al.*, 2023).

Keuntungan dari survei internet termasuk biayanya yang rendah, kemampuan untuk menjangkau sampel yang besar dan beragam, dan waktu penyelesaian yang cepat untuk pengumpulan dan analisis data (Tersiana, 2018). Selain itu, survei internet dapat dengan mudah disesuaikan agar sesuai dengan kebutuhan khusus peneliti, dan responden dapat menyelesaikan survei sesuai keinginan mereka sendiri, sehingga mengurangi potensi bias respons. Namun, survei internet juga memiliki beberapa kelemahan, seperti potensi bias pengambilan sampel karena sifat non-acak akses internet dan potensi bias pemilihan sendiri karena sifat keikutsertaan survei online. Selain itu, survei internet dapat mengalami masalah teknis, seperti masalah konektivitas internet atau kesulitan mengakses survei pada perangkat yang berbeda (Mudjiyanto, 2016).

4.3 Survei Internet dalam Riset Bisnis

Melakukan survei internet (Singarimbun, 1995) melibatkan beberapa langkah, termasuk teknik pengambilan sampel, desain kuesioner, pengumpulan data, dan analisis data. Di bawah ini adalah ikhtisar singkat dari setiap langkah:

- a. **Teknik Pengambilan Sampel:** Langkah pertama dalam melakukan survei internet adalah menentukan populasi target dan kerangka sampel. Kerangka sampel adalah daftar calon responden yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik pengambilan sampel untuk survei internet dapat dibagi menjadi sampling probabilitas dan non-probabilitas. Pengambilan sampel probabilitas melibatkan pemilihan peserta secara acak dari kerangka sampel untuk memastikan sampel yang representatif. Pengambilan sampel non-probabilitas, di sisi lain, melibatkan pemilihan peserta berdasarkan kriteria tertentu, seperti keanggotaan mereka dalam komunitas online tertentu atau kesediaan mereka untuk berpartisipasi dalam survei.

- b. **Desain Kuesioner:** Langkah selanjutnya adalah mendesain kuesioner. Kuesioner harus dirancang untuk memastikan bahwa itu memunculkan tanggapan yang akurat dan dapat diandalkan dari para peserta. Kuesioner harus mudah dipahami dan bebas dari ambiguitas. Pertanyaan-pertanyaan harus terstruktur dengan baik dan mencakup semua topik yang relevan yang ingin dibahas oleh penelitian ini. Kuesioner harus diuji terlebih dahulu untuk memastikan bahwa itu jelas dan mudah dipahami.
- c. **Pengumpulan Data:** Langkah selanjutnya adalah mengumpulkan data. Metode pengumpulan data akan tergantung pada teknik pengambilan sampel yang digunakan. Untuk sampling probabilitas, partisipan biasanya direkrut melalui undangan email, sedangkan untuk sampling non-probabilitas, partisipan dapat direkrut melalui media sosial atau forum online. Penting untuk memastikan bahwa survei dapat diakses oleh semua calon responden terlepas dari lokasi, perangkat, atau kecepatan koneksi internet mereka.
- d. **Analisis Data Setelah data terkumpul,** langkah selanjutnya adalah menganalisisnya. Data tersebut dapat dianalisis dengan menggunakan berbagai metode statistik, seperti statistik deskriptif dan statistik inferensial. Analisis harus didasarkan pada pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Hasilnya harus disajikan secara jelas dan ringkas, menggunakan grafik, bagan, dan tabel jika sesuai.

Melakukan metode survei internet melibatkan perencanaan, perancangan, dan pelaksanaan survei yang cermat untuk memastikan bahwa survei tersebut menghasilkan hasil yang akurat dan dapat diandalkan. Survei harus dirancang untuk meminimalkan potensi bias, dan data yang dikumpulkan harus dianalisis menggunakan metode statistik yang sesuai.

4.3.1 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel untuk survei internet dapat dibagi menjadi sampling probabilitas dan non-probabilitas.

1. **Pengambilan Sampel Probabilitas:** Pengambilan sampel probabilitas adalah metode pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Sampling probabilitas biasanya digunakan untuk studi yang membutuhkan sampel yang representatif. Contoh teknik sampling probabilitas meliputi:
 - A. ***Pengambilan Sampel Acak:*** Pengambilan sampel acak melibatkan pemilihan peserta dari kerangka sampel secara acak. Hal ini memastikan bahwa setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Pengambilan sampel acak dapat dilakukan dengan menggunakan generator angka acak atau alat pengambilan sampel acak.
 - B. ***Stratified Sampling:*** Stratified sampling melibatkan membagi populasi menjadi subkelompok atau strata berdasarkan kriteria tertentu, seperti usia, jenis kelamin, atau lokasi. Peserta kemudian dipilih dari setiap strata menggunakan random sampling.
 - C. ***Pengambilan Sampel Kluster:*** Pengambilan sampel kluster melibatkan pembagian populasi menjadi kluster, seperti lingkungan atau sekolah. Peserta kemudian dipilih secara acak dari setiap cluster.
2. **Sampling Non-probabilitas:** Sampling non-probabilitas adalah metode pengambilan sampel di mana peserta dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Pengambilan sampel non-probabilitas biasanya digunakan untuk studi yang berfokus pada populasi atau kelompok tertentu. Contoh teknik pengambilan sampel non-probabilitas meliputi:
 - A. ***Pengambilan Sampel Kenyamanan:*** Pengambilan sampel kenyamanan melibatkan pemilihan peserta yang mudah diakses atau tersedia. Metode ini sering digunakan untuk studi yang memiliki keterbatasan waktu atau sumber daya.
 - B. ***Sampling Kuota:*** Sampling kuota melibatkan pemilihan peserta berdasarkan kriteria tertentu, seperti usia, jenis

kelamin, atau lokasi, untuk memastikan bahwa sampel mewakili populasi. Peserta diseleksi hingga kuota tiap kategori terpenuhi.

- C. ***Snowball Sampling***: Snowball sampling melibatkan pemilihan peserta yang dirujuk oleh peserta lain. Metode ini sering digunakan untuk penelitian yang berfokus pada populasi atau kelompok yang sulit dijangkau.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk survei internet akan bergantung pada pertanyaan penelitian, populasi yang dipelajari, dan sumber daya yang tersedia (Mudjiyanto, 2016; Hakim *et al.*, 2023b). Pengambilan sampel probabilitas biasanya digunakan untuk penelitian yang membutuhkan sampel yang representatif, sedangkan pengambilan sampel non-probabilitas biasanya digunakan untuk penelitian yang berfokus pada populasi atau kelompok tertentu.

4.3.2 Desain Kuesioner

Desain kuesioner merupakan langkah penting dalam proses survei internet, karena menentukan kualitas data yang dikumpulkan. Berikut ini adalah beberapa pertimbangan utama saat merancang kuesioner untuk survei internet:

1. ***Pertanyaan yang Jelas dan Ringkas***: Pertanyaan harus jelas dan ringkas untuk meminimalkan ambiguitas dan kebingungan. Penting untuk menghindari jargon atau istilah teknis yang mungkin asing bagi responden.
2. ***Pertanyaan yang tidak memihak***: Pertanyaan harus netral dan tidak memihak untuk menghindari mengarahkan atau mempengaruhi tanggapan. Penting untuk menghindari pertanyaan yang mungkin dianggap sensitif atau pribadi, karena dapat mengakibatkan tanggapan yang bias.
3. ***Pertanyaan yang Relevan***: Pertanyaan harus relevan dengan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Penting untuk menghindari pertanyaan yang tidak relevan yang dapat membingungkan atau membuat responden frustrasi.

4. **Pertanyaan Terstruktur:** Pertanyaan harus terstruktur dengan baik dan mudah dipahami. Pertanyaan terstruktur dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka. Pertanyaan tertutup memberi responden satu set pilihan jawaban untuk dipilih, sementara pertanyaan terbuka memungkinkan responden untuk memberikan jawaban mereka sendiri.
5. **Pretesting:** Kuesioner harus diuji terlebih dahulu untuk memastikan bahwa itu jelas dan mudah dipahami. Pretesting melibatkan uji coba kuesioner dengan sekelompok kecil responden dan membuat revisi yang diperlukan berdasarkan umpan balik yang diterima.
6. **Pemformatan:** Kuesioner harus diformat dengan cara yang menarik secara visual dan mudah dibaca. Penting untuk menggunakan ukuran font, warna, dan spasi yang sesuai untuk membuat kuesioner menarik secara visual dan mudah dinavigasi.
7. **Panjang:** Panjang kuesioner harus masuk akal untuk menghindari kelelahan atau frustrasi di antara responden. Penting untuk membuat kuesioner tetap pendek dan fokus pada pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian.

Desain kuesioner merupakan langkah penting dalam proses survei internet, karena menentukan kualitas data yang dikumpulkan. Kuesioner harus jelas, ringkas, tidak bias, dan relevan dengan pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian. Itu juga harus terstruktur dengan baik, menarik secara visual, dan panjangnya masuk akal. Pretest kuesioner dapat membantu memastikan bahwa itu jelas dan mudah dipahami (Unaradjan, 2019).

4.3.3 Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam proses survei internet. Berikut ini adalah beberapa pertimbangan utama saat mengumpulkan data untuk survei internet:

1. **Keamanan Data:** Penting untuk memastikan keamanan data yang dikumpulkan selama survei. Ini termasuk menggunakan

server yang aman, enkripsi, dan tindakan keamanan lainnya untuk melindungi dari pelanggaran data.

2. **Administrasi Survei:** Survei harus dilakukan dengan cara yang memaksimalkan tingkat respons dan meminimalkan bias non-respons. Ini mungkin melibatkan pengiriman pengingat kepada non-responden atau menawarkan insentif untuk mendorong partisipasi.
3. **Kualitas Data:** Data yang dikumpulkan harus berkualitas tinggi dan bebas dari kesalahan atau bias. Ini mungkin melibatkan penggunaan logika lewati atau aturan validasi untuk memastikan bahwa respons akurat dan konsisten.
4. **Pemantauan dan Pengawasan:** Proses survei harus dipantau dan diawasi untuk memastikan bahwa pengumpulan data berjalan sesuai rencana. Ini mungkin melibatkan check-in reguler dengan administrator survei atau memantau tingkat respons secara real-time.
5. **Pembersihan Data:** Data yang dikumpulkan harus dibersihkan dan disiapkan untuk analisis. Ini mungkin melibatkan penghapusan tanggapan yang tidak lengkap atau tidak konsisten, memeriksa outlier, dan mengkode ulang variabel sesuai kebutuhan.
6. **Penyimpanan Data:** Data yang dikumpulkan harus disimpan di lokasi yang aman dan dicadangkan secara teratur untuk memastikan tidak hilang atau rusak.
7. **Pertimbangan Etis:** Penting untuk memastikan bahwa survei dilakukan dengan cara yang etis. Ini termasuk mendapatkan persetujuan dari responden, memastikan kerahasiaan, dan menghindari tindakan apa pun yang dapat membahayakan peserta.

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam proses survei internet (Hartono and Saputro, 2018). Penting untuk memastikan keamanan, kualitas, dan pelaksanaan survei yang beretika, serta memantau dan mengawasi proses survei untuk memastikan bahwa survei berjalan sesuai rencana. Data harus

dibersihkan dan disiapkan untuk analisis, dan disimpan di lokasi yang aman untuk mencegah kehilangan atau kerusakan.

4.3.4 Analisis Data

Analisis data merupakan langkah penting dalam proses survei internet. Berikut ini adalah beberapa pertimbangan utama saat menganalisis data yang dikumpulkan dari survei internet:

1. **Persiapan Data:** Langkah pertama dalam analisis data adalah menyiapkan data untuk analisis. Ini mungkin melibatkan pembersihan data, pengkodean ulang variabel, dan membuat variabel baru sesuai kebutuhan.
2. **Analisis Deskriptif:** Analisis deskriptif melibatkan meringkas dan menggambarkan karakteristik data. Ini mungkin melibatkan penghitungan rata-rata, median, mode, standar deviasi, dan statistik ringkasan lainnya.
3. **Analisis Inferensial:** Analisis inferensial melibatkan pengujian hipotesis dan membuat kesimpulan tentang populasi berdasarkan data yang dikumpulkan. Ini mungkin melibatkan uji statistik, seperti uji-t atau ANOVA, untuk menentukan signifikansi hubungan antar variabel.
4. **Visualisasi Data:** Visualisasi data melibatkan penyajian data dalam format visual, seperti grafik atau bagan. Ini dapat membantu mengidentifikasi pola atau tren dalam data yang mungkin tidak terlihat dari statistik deskriptif saja.
5. **Interpretasi:** Interpretasi melibatkan penarikan kesimpulan dari data dan membuat rekomendasi berdasarkan kesimpulan tersebut. Penting untuk mempertimbangkan keterbatasan data dan potensi bias atau faktor perancu yang dapat memengaruhi hasil.
6. **Pelaporan:** Hasil analisis harus dilaporkan secara jelas dan ringkas. Ini mungkin melibatkan pembuatan tabel atau bagan untuk menyajikan hasil, serta menulis laporan yang meringkas temuan dan implikasinya.

7. **Validasi:** Langkah terakhir dalam analisis data adalah memvalidasi hasil. Ini mungkin melibatkan analisis ulang data menggunakan metode yang berbeda, atau membandingkan hasilnya dengan studi atau tolok ukur lain.

Analisis data adalah langkah penting dalam proses survei internet (Soendari, 2012). Ini melibatkan persiapan data, melakukan analisis deskriptif dan inferensial, memvisualisasikan data, menafsirkan hasil, dan melaporkan temuan. Penting untuk memvalidasi hasil dan mempertimbangkan keterbatasan data saat menarik kesimpulan dan membuat rekomendasi.

4.4 Tantangan Survei Internet dalam Riset Bisnis

Survei internet menjadi semakin populer dalam riset bisnis (Barliana, 2011) karena kemudahan, efektivitas biaya, dan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang besar dan beragam (Cahyaningrum, Permana and Rukmana, 2023; Sugiarto *et al.*, 2023). Namun, ada juga beberapa tantangan terkait pelaksanaan survei internet. Berikut ini adalah beberapa tantangan umum survei internet:

4.4.1 Sampling Bias

Survei internet sering mengalami bias sampling, karena tidak semua individu memiliki akses yang sama ke internet. Hal ini dapat menyebabkan kurang terwakilinya kelompok tertentu, seperti orang dewasa yang lebih tua atau individu dari rumah tangga berpenghasilan rendah.

4.4.2 Bias Non-Respon

Bias non-respon terjadi ketika individu yang memilih untuk tidak berpartisipasi dalam survei secara sistematis berbeda dari mereka yang berpartisipasi. Hal ini dapat mengakibatkan estimasi parameter populasi yang bias dan membatasi generalisasi temuan.

4.4.3 Bias Pemilihan Diri

Bias pemilihan diri terjadi ketika individu yang memilih untuk berpartisipasi dalam survei secara sistematis berbeda dari mereka yang tidak berpartisipasi. Hal ini dapat mengakibatkan estimasi parameter populasi yang bias dan membatasi generalisasi temuan.

4.4.4 Bias Keinginan Sosial

Bias keinginan sosial terjadi ketika responden memberikan jawaban yang menurut mereka diinginkan secara sosial, daripada keyakinan atau perilaku mereka yang sebenarnya. Ini dapat menyebabkan hasil yang tidak akurat atau menyesatkan.

4.4.5 Masalah Desain Survei

Desain survei yang buruk juga dapat menyebabkan hasil yang bias atau tidak akurat. Ini mungkin termasuk menggunakan pertanyaan yang mengarah atau bias, pertanyaan dengan kata-kata yang buruk, atau pilihan jawaban yang tidak jelas.

4.4.6 Masalah Keamanan dan Privasi Data

Survei internet juga meningkatkan kekhawatiran tentang keamanan dan privasi data. Penting untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan dilindungi dari akses atau pengungkapan yang tidak sah, dan bahwa informasi pribadi peserta dijaga kerahasiaannya.

4.4.7 Masalah Teknis

Masalah teknis, seperti kerusakan server atau masalah konektivitas internet, juga dapat memengaruhi proses pengumpulan data dan menghasilkan data yang tidak lengkap atau tidak akurat.

Survei internet memiliki banyak keunggulan dibandingkan metode survei tradisional, tetapi juga menimbulkan beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk memastikan keakuratan dan generalisasi temuan. Penting untuk merancang survei dengan

hati-hati, menangani pengambilan sampel dan bias non-respons, serta melindungi privasi dan keamanan data peserta.

4.5 Aplikasi Survei Internet dalam Riset Bisnis

Survei internet memiliki berbagai aplikasi dalam penelitian bisnis (Setiawan, 2012; Jogiyanto Hartono, 2018). Berikut ini adalah beberapa aplikasi umum survei internet:

4.5.1 Riset Pasar

Survei internet biasanya digunakan untuk riset pasar, karena dapat menjangkau audiens yang besar dan beragam dengan biaya yang relatif rendah. Peneliti pasar dapat menggunakan survei internet untuk mengumpulkan informasi tentang sikap, perilaku, dan preferensi konsumen, serta untuk menguji produk atau layanan baru.

4.5.2 Kepuasan Pelanggan

Survei internet juga dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan produk atau layanan. Bisnis dapat menggunakan survei internet untuk mengumpulkan umpan balik dari pelanggan, mengidentifikasi area untuk perbaikan, dan membuat perubahan pada penawaran mereka.

4.5.3 Survei Karyawan

Survei internet juga dapat digunakan untuk mengumpulkan umpan balik dari karyawan. Bisnis dapat menggunakan survei internet untuk mengukur kepuasan karyawan, mengidentifikasi area untuk perbaikan, dan membuat perubahan pada kebijakan sumber daya manusia mereka.

4.5.4 Opini Publik

Survei internet juga dapat digunakan untuk mengumpulkan opini publik tentang berbagai topik. Lembaga survei dapat menggunakan survei internet untuk mengukur opini publik tentang masalah politik, sosial, dan ekonomi, serta melacak perubahan opini publik dari waktu ke waktu.

4.5.5 Penelitian Akademik

Survei internet juga biasa digunakan dalam penelitian akademik. Peneliti model ini dapat menggunakan survei internet untuk mengumpulkan data tentang berbagai topik, seperti sikap terhadap perilaku kesehatan, keyakinan politik, atau pengalaman pendidikan.

4.5.6 Penelitian Nirlaba

Survei internet juga dapat digunakan oleh organisasi nirlaba untuk mengumpulkan informasi tentang pemangku kepentingan mereka. Organisasi nirlaba dapat menggunakan survei internet untuk mengukur kepuasan di antara donor, sukarelawan, atau penerima manfaat, serta untuk mengumpulkan umpan balik tentang program dan layanan mereka. Survei internet memiliki banyak aplikasi dalam riset bisnis, termasuk riset pasar, kepuasan pelanggan, survei karyawan, opini publik, riset akademik, dan riset nirlaba. Survei internet adalah cara yang nyaman dan hemat biaya untuk mengumpulkan informasi dari audiens yang besar dan beragam.

4.6 Membandingkan Survei Internet dengan Metode Survei Lainnya

Ada berbagai metode survei yang tersedia bagi bisnis untuk mengumpulkan data, termasuk survei internet, survei telepon, survei surat, dan survei langsung (Singarimbun, 1995; Siswanto, 2010). Berikut beberapa perbandingan antara survei internet dengan metode survei lainnya:

4.6.1 Biaya

Survei internet umumnya merupakan metode survei yang paling hemat biaya. Tidak ada biaya pencetakan atau ongkos kirim, dan data dapat dikumpulkan dan dianalisis dengan cepat. Sebaliknya, survei tatap muka umumnya paling mahal, karena memerlukan biaya perjalanan, biaya pencetakan, dan sumber daya manusia.

4.6.2 Kecepatan

Survei internet dapat diselesaikan dengan cepat, dan data dapat segera dianalisis. Sebaliknya, survei telepon dan surat dapat memakan waktu beberapa minggu untuk diselesaikan, dan data mungkin memerlukan waktu tambahan untuk diproses dan dianalisis.

4.6.3 Jangkauan

Survei internet memiliki jangkauan yang luas, karena dapat didistribusikan ke audiens yang besar dan beragam. Survei telepon dibatasi untuk individu dengan akses telepon, sedangkan survei surat mungkin memiliki jangkauan terbatas karena keterbatasan layanan pos.

4.6.4 Tingkat Respons

Tingkat Respons Survei internet umumnya memiliki tingkat respons yang lebih rendah daripada survei langsung atau melalui telepon. Namun, tingkat respons untuk survei surat mungkin lebih rendah daripada survei internet karena upaya yang diperlukan untuk menyelesaikan dan mengembalikan survei.

4.6.5 Kualitas Data

Kualitas data yang dikumpulkan dapat bervariasi di seluruh metode survei. Survei tatap muka dapat menghasilkan data yang lebih akurat karena kemampuan untuk mengklarifikasi pertanyaan dan memastikan responden memahami pertanyaan tersebut. Namun, survei internet dapat menghasilkan jawaban yang lebih jujur karena anonimitas responden.

4.6.6 Bias

Setiap metode survei mungkin rentan terhadap berbagai jenis bias. Misalnya, survei internet mungkin mengalami bias pemilihan sendiri, sementara survei telepon mungkin mengalami bias pewawancara.

Setiap metode survei memiliki kelebihan dan kekurangan. Survei internet menawarkan metode pengumpulan data yang hemat biaya, cepat, dan jangkauan luas, tetapi mungkin mengalami tingkat respons yang lebih rendah dan jenis bias yang berbeda dibandingkan dengan metode survei lainnya. Penting bagi bisnis untuk mempertimbangkan dengan hati-hati tujuan penelitian mereka dan potensi bias dari setiap metode survei saat memilih metode survei untuk proyek penelitian mereka.

4.7 Aplikasi Survei Internet dan Meta-Analisis dalam Riset Bisnis

Survei internet dan meta-analisis keduanya merupakan alat penting dalam penelitian bisnis, dan dapat digunakan dalam berbagai aplikasi (Yusuf, 2016). Beberapa aplikasi umum menggabungkan survei internet dan meta-analisis dalam penelitian bisnis meliputi:

4.7.1 Menilai Kepuasan Pelanggan

Survei internet dapat digunakan untuk mengumpulkan umpan balik dari pelanggan, sedangkan meta-analisis dapat digunakan untuk menganalisis dan membandingkan hasil di berbagai survei. Ini dapat membantu bisnis untuk mengidentifikasi tema dan tren umum dalam umpan balik pelanggan dan membuat keputusan berdasarkan data untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.7.2 Mengidentifikasi Tren Pasar

Survei internet dapat digunakan untuk mengumpulkan data tentang tren pasar, seperti perilaku atau sikap konsumen terhadap produk atau layanan baru. Meta-analisis kemudian dapat digunakan untuk membandingkan hasil di berbagai survei dan mengidentifikasi pola atau tren dalam data.

4.7.3 Mengevaluasi Keefektifan Kampanye Periklanan

Survei internet dapat digunakan untuk mengumpulkan umpan balik tentang kampanye periklanan, sementara meta-analisis

dapat digunakan untuk membandingkan hasil di berbagai survei dan menilai keefektifan kampanye secara keseluruhan.

4.7.4 Mengukur Kepuasan Karyawan

Survei internet dapat digunakan untuk mengumpulkan umpan balik dari karyawan tentang kepuasan kerja, sedangkan meta-analisis dapat digunakan untuk menganalisis dan membandingkan hasil di berbagai survei. Ini dapat membantu bisnis untuk mengidentifikasi area untuk peningkatan dan membuat keputusan berdasarkan data untuk meningkatkan kepuasan karyawan.

4.7.5 Menganalisis dampak perubahan kebijakan

Survei internet dapat digunakan untuk mengumpulkan data tentang dampak perubahan kebijakan, seperti perubahan harga atau penawaran layanan. Meta-analisis kemudian dapat digunakan untuk membandingkan hasil survei yang berbeda dan menilai dampak keseluruhan dari perubahan kebijakan.

Survei internet dan meta-analisis dapat digunakan dalam berbagai aplikasi dalam riset bisnis, termasuk menilai kepuasan pelanggan, mengidentifikasi tren pasar, mengevaluasi efektivitas kampanye periklanan, mengukur kepuasan karyawan, dan menganalisis dampak perubahan kebijakan (AY Rukmana, 2017; Gunawan, 2021; Anjani, Aulia and Suryanti, 2022). Dengan menggabungkan kedua alat ini, bisnis dapat mengumpulkan data yang kuat, menganalisis hasilnya, dan membuat keputusan berdasarkan data untuk meningkatkan operasi dan strategi mereka.

4.8 Masa Depan Survei Internet

Masa depan survei internet (Setiawan, 2012) dalam riset bisnis kemungkinan akan dibentuk oleh beberapa tren dan perkembangan (Rukmana *et al.*, 2023; Sudirjo *et al.*, 2023). Diantaranya yaitu:

4.8.1 Meningkatnya Penggunaan Perangkat Seluler

Meningkatnya penggunaan perangkat seluler berdampak signifikan terhadap survei internet, karena semakin banyak orang mengakses internet melalui smartphone dan tablet. Oleh karena itu, survei internet harus dioptimalkan untuk perangkat seluler guna memastikan bahwa responden dapat dengan mudah menyelesaikan survei di perangkat seluler mereka. Desain survei internet juga harus ramah seluler, dengan desain responsif dan format adaptif yang menyesuaikan dengan ukuran layar perangkat yang berbeda, survei internet perlu dioptimalkan untuk perangkat seluler guna memastikan bahwa responden dapat dengan mudah menyelesaikan survei di smartphone atau tablet mereka.

4.8.2 Kemajuan teknologi

Penggunaan teknologi seluler juga dapat meningkatkan tingkat respons, karena responden dapat diberi tahu tentang undangan survei di perangkat seluler mereka. Selain itu, penggunaan platform dan aplikasi survei yang ramah seluler dapat meningkatkan pengalaman pengguna dan mendorong keterlibatan yang lebih besar dari responden. peningkatan penggunaan perangkat seluler menghadirkan tantangan dan peluang untuk survei internet, Kemajuan teknologi, seperti kecerdasan buatan, big data dan pemrosesan bahasa alami, memungkinkan survei internet menjadi lebih canggih dalam desain dan analisisnya.

4.8.3 Perubahan Peraturan Privasi

Perubahan peraturan privasi, seperti Peraturan Perlindungan Data Umum (GDPR) di Uni Eropa dan Undang-Undang Privasi Konsumen California (CCPA) di Amerika Serikat, berdampak signifikan pada survei internet. Peraturan ini lebih menekankan pada memperoleh persetujuan dari responden dan melindungi data pribadi mereka. Peneliti yang melakukan survei internet harus mendapatkan persetujuan eksplisit dari responden untuk mengumpulkan data mereka, dan harus memberi tahu mereka tentang hak mereka terkait data mereka, seperti hak untuk

mengakses, memperbaiki, dan menghapus data mereka. Selain itu, peneliti harus mengambil langkah-langkah untuk memastikan keamanan data responden dan mencegah akses atau pengungkapan yang tidak sah.

4.8.4 Fokus pada keterlibatan responden

semakin banyak penekanan untuk melibatkan responden dan memastikan bahwa mereka termotivasi untuk menyelesaikan survei internet. Tingkat respons yang rendah dan tingkat putus sekolah yang tinggi dapat membahayakan kualitas dan validitas data survei. Oleh karena itu, peneliti harus mengambil langkah-langkah untuk membuat survei lebih menarik dan menyenangkan bagi responden. Salah satu cara melakukannya adalah dengan menggabungkan elemen gamifikasi, seperti hadiah, lencana, dan bilah kemajuan, yang dapat membuat pengalaman survei menjadi lebih interaktif dan menarik. Peneliti juga dapat menggunakan fitur desain survei, seperti pertanyaan dinamis dan elemen multimedia, untuk membuat survei lebih menarik secara visual dan interaktif. Menawarkan insentif, seperti diskon, kartu hadiah, atau hadiah lainnya, juga dapat meningkatkan tingkat respons dan meningkatkan keterlibatan.

4.8.5 Integrasi Dengan Sumber Data Lain

Integrasi data survei internet dengan sumber data lain menjadi semakin penting dalam riset bisnis. Peneliti dapat menggabungkan data survei dengan jenis data lain, seperti data media sosial, data transaksional, dan data analitik web, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang perilaku dan sikap pelanggan. Misalnya, data survei dapat digunakan untuk mengidentifikasi preferensi dan sikap pelanggan, sedangkan data media sosial dapat memberikan wawasan tentang sentimen dan perilaku pelanggan. Data transaksional dapat mengungkapkan pola pembelian dan demografi pelanggan, sedangkan data analisis web dapat menunjukkan bagaimana pelanggan berinteraksi dengan jaringan situs web dan konten online perusahaan. Dengan

mengintegrasikan sumber data tersebut, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih lengkap tentang perilaku dan sikap pelanggan, memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih tepat dan mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Integrasi data survei internet dengan sumber data lain juga menyoroti pentingnya manajemen dan integrasi data, serta kebutuhan akan alat analisis yang dapat menangani kumpulan data yang besar dan kompleks.

4.9 Kesimpulan

Survei internet telah menjadi alat penting dalam riset bisnis, menyediakan cara yang hemat biaya dan efisien untuk mengumpulkan data dari sampel responden yang besar dan beragam. Survei internet menawarkan beberapa keunggulan dibandingkan metode survei tradisional, termasuk jangkauan yang lebih luas, pengumpulan data yang lebih cepat, dan biaya yang lebih rendah.

Survei internet juga menghadirkan beberapa tantangan, seperti bias pengambilan sampel, tingkat respons yang rendah, dan potensi respons penipuan. Tantangan ini dapat diatasi dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yang tepat, merancang kuesioner yang efektif, dan memastikan kualitas data melalui pembersihan dan analisis data yang ketat.

Integrasi meta-analisis dengan survei internet dapat meningkatkan validitas dan reliabilitas data, memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang lebih kuat dan membuat keputusan yang lebih tepat. Meta-analisis dapat membantu mengidentifikasi pola dan tren di beberapa survei, memberikan pandangan komprehensif tentang perilaku dan sikap pelanggan.

Saat bisnis terus beradaptasi dengan lanskap perubahan era digital, survei internet dan meta-analisis akan tetap menjadi alat penting dalam riset bisnis. Masa depan survei internet kemungkinan besar akan dibentuk oleh kemajuan teknologi, perubahan peraturan privasi, fokus pada keterlibatan responden, dan integrasi dengan sumber data lainnya. Dengan

beradaptasi dengan tren ini, bisnis dapat terus menggunakan survei internet dan analisis meta untuk mendapatkan wawasan berharga dan membuat keputusan berdasarkan data.

Survei internet akan semakin terintegrasi dengan sumber data lain, seperti analitik media sosial atau basis data pelanggan, untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang perilaku dan sikap pelanggan.

Masa depan survei internet dalam penelitian bisnis kemungkinan besar akan dibentuk oleh tren seperti peningkatan penggunaan perangkat seluler, kemajuan teknologi, perubahan peraturan privasi, fokus pada keterlibatan responden, dan integrasi dengan sumber data lainnya. Dengan beradaptasi dengan tren ini, bisnis dapat terus menggunakan survei internet sebagai alat yang berharga untuk mengumpulkan data dan membuat keputusan yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Aidhi, A. *et al.* (2023) 'Peningkatan Daya Saing Ekonomi melalui peranan Inovasi', *Jurnal Multidisiplin West Science*, 2(02), pp. 118–134.
- Anjani, A.D., Aulia, D.L.N. and Suryanti, S. (2022) 'Metodologi Penelitian Kesehatan'.
- AY Rukmana: (2017) *Analisis Pengaruh Pembelajaran di SMK dan Keahlian Kewirausahaan Terhadap Niat dan Sikap Kewirausahaan Siswa SMK Pelita Bandung*, *Doctoral dissertation, Tesis Program Magister Management Universitas Widyatama Bandung*. Available at: https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0,5&cluster=6557731586851788273 (Accessed: 18 April 2021).
- Barliana, M.S. (2011) 'Pengaruh Siaran Televisi dan Video/Computer Game Terhadap Pendidikan Anak: Implikasi Bagi Pengembangan Teknologi dan Strategi Pembelajaran'.
- Cahyaningrum, A.O., Permana, R.M. and Rukmana, A.Y. (2023) 'Regulatory Environmental Impact, Contract Law, Intellectual Property Rights, and Taxation of Entrepreneurial Activities in Bandung City', *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), pp. 109–121.
- Chadijah, S. *et al.* (2023) 'A Correlational Study of Gadget Used Towards Reading Interest', *Journal of English Culture, Language, Literature and Education*, 11(1), pp. 59–78.
- Fkun, E. *et al.* (2023) 'Entrepreneurial Ecosystem: Interaction between Government Policy, Funding and Networks (Study on Entrepreneurship in West Java)', *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), pp. 77–88.
- Gunawan, H. (2021) 'PENGARUH IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI ALTERNATIF STRATEGI PEMASARAN USAHA YANG EFEKTIF', *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 2(2), pp. 27–38.

Hakim, C. *et al.* (2023a) 'The Influence of Entrepreneurship Intellectual Capital in The Contribution to Economic Growth in The City of Bandung', *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), pp. 68–76.

Hakim, C. *et al.* (2023b) 'The Influence of Entrepreneurship Intellectual Capital in The Contribution to Economic Growth in The City of Bandung', *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), pp. 68–76.

Harto, B. *et al.* (2022) 'Bibliometric Analysis of Transforming Leadership Education with Artificial Intelligence', in *1st Virtual Workshop on Writing Scientific Article for International Publication Indexed SCOPUS*. Sciendo, pp. 385–390. Available at: <https://doi.org/10.2478/9788366675827-067>.

Harto, B., Rozak, A. and Rukmana, A.Y. (2021) 'Strategi Marketing Belah Doeren Melalui Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Brand Image', *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), pp. 67–74. Available at: <https://doi.org/10.38204/ATRABIS.V7I1.546>.

Hartono, J. and Saputro, J.A. (2018) 'Strategi Penelitian Bisnis'. Andi.

Jogiyanto Hartono, M. (2018) *Strategi Penelitian Bisnis*. Penerbit Andi.

Juliandi, A. and Manurung, S. (2014) *Metodologi Penelitian Bisnis, Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri*. Umsu Press.

Mansyur, A.R. (2020) 'Dampak COVID-19 Terhadap Dinamika Pembelajaran Di Indonesia', *Education and Learning Journal*, Vol. 1, No, pp. 113–123.

Mudjiyanto, B. (2016) 'Metode Penelitian Komunikasi Berbasis Internet', *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 20(2), pp. 259–267.

Puspita, H. *et al.* (2022) *Pengantar Teknologi Informasi*. Haura Utama.

Rukmana, A. and Sukanta, T. (2020) 'Analisis Strategi Bersaing dan Strategi Bertahan pada Industri Mikro dan Kecil Panganan Keripik Kemasan di Kecamatan Coblong Kota Bandung Jawa Barat Tahun 2020 Ditengah Situasi Sulit Penyebaran Pandemi nCoV-19', *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 12(1), pp. 37–53. Available at: <https://doi.org/10.37151/jsma.v12i1.48>.

Rukmana, A.Y. (2023) 'Achieving Access to External Finance Among Indonesian Entrepreneurs Through Financial Literacy, Financial Inclusion, Availability of Collateral, and Government Policy: A Study on Large Industrial Entrepreneurs in West Java', *The ES Accounting And Finance*, 1(02), pp. 61–71.

Rukmana, A.Y. *et al.* (2023) 'Pengaruh Dukungan Orang Tua, Harga Diri, Pengakuan Peluang, dan Jejaring terhadap Niat Berwirausaha di Kalangan Mahasiswa Manajemen di Kota Bandung', *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science*, 1(02), pp. 89–101.

Setiawan, T.P. (2012) 'Survei online penunjang penelitian praktis dan akademis', *Semantik*, 2(1).

Simanjuntak, M. and Sukresna, I.M. (2020) 'Peningkatan Kinerja Pemasaran Digital melalui Technology Acceptance Model', in *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, pp. 786–792.

Singarimbun, M. (1995) 'Metode penelitian survei'.

Siswanto, S. (2010) 'Systematic review sebagai metode penelitian untuk mensintesis hasil-hasil penelitian (sebuah pengantar)', *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 13(4), p. 21312.

Soendari, T. (2012) 'Metode penelitian deskriptif', *Bandung, UPL. Stuss, Magdalena & Herdan, Agnieszka*, 17.

Sudirjo, F. *et al.* (2023) 'DURING THE COVID-19 PANDEMIC, SOUTH GARUT DEVELOPED A MARKETING PLAN FOR SANSEVIERIA ORNAMENTAL PLANTS', *Jurnal Ekonomi*, 12(02), pp. 1066–1075.

Sugiarto, I. *et al.* (2023) 'Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature)', *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(02), pp. 81–96.

Tersiana, A. (2018) *Metode penelitian*. Anak Hebat Indonesia.

Unaradjan, D.D. (2019) *Metode penelitian kuantitatif*. Penerbit Unika Atma Jaya Jakarta.

Wakil, A. *et al.* (2022) *Transformasi Digital Dalam Dunia Bisnis*. Global Eksekutif Teknologi.

Yanto Rukmana, A., Harto, B. and Gunawan, H. (2021) *Analisis Urgensi Kewirausahaan Berbasis Teknologi (Technopreneurship) dan Peranan Society 5.0 dalam Perspektif Ilmu Pendidikan Kewirausahaan, Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi*.

Yusuf, A.M. (2016) *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif & penelitian gabungan*. Prenada Media.

BAB 5

Penelitian Studi Kasus Akuntansi Manajemen

Oleh Yeni Januarshi

5.1 Pendahuluan

Studi kasus telah menjadi metode penelitian yang populer dalam penelitian akuntansi beberapa tahun terakhir. Trend menggunakan metode studi kasus telah banyak di jumpai pada cabang bidang akuntansi, seperti akuntansi manajemen, akuntansi keuangan, perpajakan, pengauditan, ataupun akuntansi sektor publik. Beberapa penelitian di bidang akuntansi tersebut mulai banyak menggunakan studi kasus dan dipublikasikan pada jurnal bereputasi internasional. Berdasarkan data yang dipublikasikan ditahun 1990-1994, 24% penelitian yang dipublikasikan pada *management accounting research journal* berasal dari penelitian studi kasus sedangkan 13% nya menggunakan studi lapangan (Scapens & Bromwich, 2001). Meskipun pendapat yang menyatakan bahwa penelitian studi kasus dianggap relatif lebih mudah daripada penelitian akuntansi kuantitatif, akan tetapi beberapa pendapat mengungkapkan bahwa justru penelitian studi kasus lebih sulit untuk dilakukan karena penelitian studi kasus memerlukan pemikiran yang cukup matang dalam hal penentuan *design* studi kasus sehingga dapat secara praktis diterapkan ketika melaksanakan studi kasus di lapangan. Yin mendukung pernyataan ini (1984: 26) dengan mengungkapkan bahwa "*penelitian studi kasus sangat sulit, meskipun studi kasus secara tradisional dianggap sebagai penelitian 'lunak'. Paradoksnya, semakin 'lembut' suatu teknik penelitian, semakin sulit untuk melakukannya.*" Bab ini akan menjelaskan secara khusus bagaimana melakukan penelitian studi kasus pada bidang akuntansi manajemen.

5.2 Definisi Metode Penelitian Studi Kasus

Sebelum menjelaskan tentang definisi studi kasus, akan sangat bermanfaat jika kita mengetahui definisi dari penelitian (*research*). Meskipun penelitian merupakan hal yang penting dalam bisnis dan akademisi, tidak ada konsensus dalam literatur tentang bagaimana hal penelitian harus didefinisikan. Alasan utama adalah bahwa orang yang berbeda dapat menginterpretasikan arti penelitian secara berbeda. Akan tetapi, dari sekian banyak definisi tentang penelitian, terdapat kesesuaian bahwa:

- a) penelitian adalah proses penyelidikan dan investigasi atas pertanyaan
- b) penelitian merupakan hal yang dilakukan secara sistematis dan metodis; Dan
- c) penelitian menambah pengetahuan

Pertama, '*proses penyelidikan dan investigasi*' menunjukkan bahwa penelitian memiliki serangkaian pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya, dan kemudian bertujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini melalui pengumpulan informasi. Kedua, '*sistematis dan metodis*' menunjukkan bahwa penelitian harus terorganisir dengan baik dan melalui serangkaian tahapan. Ketiga, '*penelitian meningkatkan pengetahuan*' relatif cukup jelas. Pengetahuan anda tentang subjek yang dipilih pasti akan meningkat sebagai hasil dari proses penelitian.

Definisi lain dari Smith (2003) menyebutkan bahwa penelitian dapat didefinisikan sebagai '*proses langkah demi langkah untuk mengumpulkan, merekam, menganalisis, dan menafsirkan informasi*'. Untuk melakukan hal tersebut secara efektif, peneliti harus memiliki serangkaian pertanyaan penelitian yang jelas. Sehingga secara umum, penelitian merupakan aktivitas untuk menghasilkan jawaban atas pertanyaan bertujuan untuk memperkaya ilmu pengetahuan. Sifat dari pertanyaan-pertanyaan ini tergantung pada topik penelitian. Misalnya, dalam penelitian terkait akuntansi

manajemen, seorang manajer ingin mengetahui metode penetapan harga pokok yang bagaimana yang paling efektif dan efisien. Sehingga dilakukan penelitian untuk menyelidiki masalah tersebut.

Dalam kaitannya dengan proses melakukan penelitian, peneliti dihadapkan pada pilihan tentang metode dan metodologi penelitian. Kedua istilah tersebut perlu dibedakan karena siswa sering menggunakannya secara bergantian, meskipun terdapat perbedaan yang jelas. *Metodologi* dapat didefinisikan sebagai 'pendekatan dan strategi yang digunakan untuk melakukan penelitian'. Secara umum, metodologi berkaitan dengan pendekatan keseluruhan untuk proses penelitian, mencakup semuanya, mulai dari aplikasi teoretis hingga pengumpulan dan analisis data anda. Di sisi lain, *metode* mengacu pada cara-cara yang berbeda dimana data dapat dikumpulkan dan dianalisis.

Studi kasus merupakan salah satu contoh dari metode penelitian. Istilah 'studi kasus' biasanya mengarah pada penelitian yang terbatas pada satu unit analisis, seperti satu departemen, perusahaan, industri, atau bahkan negara. Cakupan kasus dapat luas, tetapi tetap fokus pada 'satu unit'. Stake (2000) mendefinisikan studi kasus sebagai pendekatan riset yang sistematis dan terorganisir untuk menghasilkan informasi tentang sebuah topik, atau sebuah produk seperti, paper. Sedangkan Morgan dan Cooper (2008) mendefinisikan studi kasus sebagai pengujian yang dilakukan secara mendalam dan terinformasikan secara kontekstual tentang organisasi atau kejadian spesifik yang secara eksplisit menekankan pada sebuah teori. Sedangkan Sekaran dan Bougie (2016) menjelaskan bahwa studi kasus berfokus pada pengumpulan informasi tentang objek, peristiwa, atau aktivitas tertentu, seperti unit bisnis atau organisasi tertentu. Dalam studi kasus, kasus dapat berupa adalah individu, kelompok, organisasi, peristiwa, atau situasi yang menarik perhatian peneliti. Studi kasus dilakukan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang suatu masalah, sehingga seseorang harus memeriksa situasi kehidupan nyata

dari berbagai sudut dan perspektif menggunakan berbagai metode pengumpulan data.

Zucker membedakan 3 istilah yang sering digunakan dalam kaitannya dengan *case study*. Istilah "*case study*", "*case review*" and "*case report*" seringkali digunakan dan dijumpai secara bebas pada literatur ilmiah maupun profesional. Karakteristik utama dari "studi kasus" adalah kredensial ilmiahnya dan basis bukti untuk aplikasi profesional. Sedangkan "*case review*" mungkin menekankan penilaian ulang kritis terhadap suatu kasus. "*Case report*" dapat merujuk pada ringkasan kasus atau dokumen yang melaporkan kasus, seperti dalam kasus hukum atau kedokteran.

Dalam kaitannya dengan jenis studi kasus, Ryan et al. (1992, p.114) membedakan lima kategori studi kasus akuntansi:

1. Deskriptif (***Descriptive***). Metode ini menjelaskan praktik yang sekarang dilakukan atau prosedur yang diadopsi di satu unit analisis. Metode ini berusaha untuk menjelaskan 'praktik terbaik' atau label 'sukses' dari sebuah perusahaan tertentu (misalnya, Peters dan Waterman, 1982; Smith, 1994c)
2. Ilustrasi (***Illustrative***)- di mana para peneliti mengeksplorasi implementasi dan *out-comes* terkait dengan praktik inovatif (misalnya, Dikolli dan Smith, 1996; Kaplan, 1984; Kaplan dan Norton, 1992).
3. Eksperimental (***Experimental***). Metode ini berkaitan dengan pelaksanaan *experiment* di lapangan, dimana *treatment* baru diterapkan ke sub-unit tertentu. Penelitian jenis ini sangat jarang ditemukan dalam literatur akuntansi. Contoh paling terkenal dalam literatur terkait studi Hawthorne (Mayo, 1933).
4. Eksplorasi (***Exploratory***). Pada metode ini, peneliti melakukan penyelidikan awal tentang bagaimana dan mengapa praktik-praktik tertentu diadopsi. Penelitian semacam itu mungkin sulit untuk dipublikasikan dengan sendirinya, kecuali memberikan kontribusi yang jelas pada teori atau metode.

5. Penjelasan (**Explanatory**). *Explanatory method* merupakan metode penelitian dimana peneliti mencari penjelasan yang meyakinkan yang dapat menjastifikasi praktik dan memfasilitasi pengembangan teori. Namun, peluang atau upaya untuk men-generalisasi hasil sulit untuk dilakukan mengingat hanya berlaku untuk satu unit analisis.

Yin (1984, p. 39) membandingkan penelitian studi kasus dengan penelitian eksperimental. Pada penelitian eksperimental, akan dimulai dengan teori, lalu menyusun instrumen untuk menguji teori, dan kemudian memilih sampel kasus yang representatif, yang akan dikenakan perlakuan eksperimental alternatif. Dalam penelitian studi kasus, kasus menjadi instrumen untuk menguji teori, sehingga fokus kasus harus pada apakah dapat digunakan untuk menguji sejauh mana teori yang ada memberikan penjelasan yang baik.

Cooper dan Margon (2008) mengidentifikasikan 4 tipe studi kasus dan bagaimana tiap jenis dapat meningkatkan penelitian di bidang akuntansi dan praktik. Keempat studi kasus tersebut dapat dilihat pada tabel 6.1:

Tabel 5.1
Jenis Studi Kasus Pada Penelitian Akuntansi

Jenis Studi Kasus	Deskripsi
<i>Extreme/ deviant</i>	Kasus dipilih untuk mempelajari kasus spesifik yang berasal dari kejadian atau situasi yang tidak biasa (tapi kemungkinan penting).
<i>Maximum variation</i>	Kasus dipilih untuk mempelajari bagaimana satu fenomena terjadi dan pada saat bersamaan memungkinkan untuk dilakukannya variansi lainnya, potensi adanya variabel moderasi
<i>Critical</i>	Kasus dipilih untuk memungkinkan dilakukan deduksi logis tentang

	falsifikasi sebuah teori.
<i>Paradigmatic</i>	Kasus dipilih untuk menetapkan satu perspektif baru atau pemahaman teoritis.

Sumber: Cooper dan Morgan (2008)

Selain itu, bersandar pada Stake (1995) yang memiliki pengaruh yang sangat penting dalam pengembangan studi kasus, membedakan studi kasus menjadi 3 jenis, yaitu:

1. **Studi kasus intrinsik (*Intrinsic case study*)**. Studi kasus intrinsik biasanya dilakukan untuk mempelajari tentang fenomena unik. Peneliti harus mendefinisikan keunikan fenomena, yang membedakannya dari yang lainnya.
2. **Studi kasus instrument (*Instrument case study*)**. Studi kasus instrumental menggunakan kasus tertentu (beberapa di antaranya mungkin lebih baik dari yang lain) untuk mendapatkan apresiasi yang lebih luas dari sebuah isu atau fenomena.
3. **Studi kasus kolektif (*collective case study*)**. Studi kasus kolektif melibatkan mempelajari beberapa kasus secara bersamaan atau berurutan dalam upaya untuk menghasilkan apresiasi yang lebih luas dari masalah tertentu.

Data yang diperlukan untuk melakukan studi kasus biasanya didapat dari berbagai sumber, termasuk: bukti dokumenter, data wawancara, observasi langsung, dan observasi partisipan. Merchant (1985) dan Simons (1990) memberikan contoh studi yang menggabungkan data dari berbagai sumber. Adopsi multi-metode disebut 'triangulasi' dan menawarkan kesempatan untuk mengakses sumber data yang berbeda baik untuk metode penelitian umum (*within-methode triangulation*) dan dengan metode yang berbeda (*between-method triangulation*). *Within-methode triangulation* menggabungkan peneliti yang berbeda, pewawancara yang berbeda, dan lokasi survei yang berbeda. Sedangkan *between-methode triangulation* menggabungkan

hasil yang berbeda dari, katakanlah, wawancara, survei dan pengumpulan data arsip, dan dapat mencakup pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

5.3. Kapan Studi Kasus Digunakan Pada Penelitian Akuntansi Manajemen?

Pertanyaan ini muncul seiring dengan fokus bab ini adalah membahas penelitian studi kasus pada akuntansi manajemen. Cooper dan Morgan (2008) menyatakan bahwa pendekatan studi kasus sangat bermanfaat ketika peneliti ingin melakukan investigasi tentang:

1. Fenomena yang kompleks dan dinamis, dimana banyak variabel (yang tidak dapat dikuantifikasikan) yang terlibat
2. Praktik nyata, termasuk didalamnya rincian tentang aktivitas-aktivitas signifikan yang biasa (*ordinary*), tidak biasa (*unusual*), atau jarang terjadi (*infrequent*) seperti perubahan yang terjadi karena daya perubahan regulasi akuntansi.
3. Fenomena yang konteks nya krusial karena konteksnya dapat mempengaruhi fenomena yang sedang diteliti/dipelajari.

Yin (1989) menyatakan bahwa *case study* cocok diterapkan untuk menjawab pertanyaan “*how*” and “*why*”. Studi kasus yang dilakukan dengan baik akan dapat menjawab pertanyaan tentang *how and why* dengan cara meyakinkan dan dan jelas sehingga pembaca dapat memahami dan mengingat hasil penelitian dengan diungkap dalam studi kasus. Menurut Crowe et al. (2011), pendekatan studi kasus sangat berguna untuk diimplementasikan ketika ada kebutuhan untuk mendapatkan informasi mendalam tentang suatu masalah, peristiwa atau fenomena yang menarik, dalam konteks kehidupan nyata yang alami.

Dengan demikian, peneliti akuntansi manajemen dapat mengadopsi metode studi kasus ketika peneliti ingin menjawab pertanyaan tentang bagaimana dan mengapa sesuatu terjadi

serta ingin memperoleh informasi yang mendalam tentang sebuah kasus pada level organisasi atau entitas atau ketika peneliti dihadapkan pada keadaan seperti yang dinyatakan oleh Cooper dan Morgan (2008). Sebagai contoh, Townley et al., (2003) melakukan studi kasus longitudinal untuk mengetahui bagaimana dan mengapa perusahaan mengadopsi sebuah pengukuran kinerja managerial. Studi kasus ini menunjukkan bagaimana anggota organisasi dapat merasionalisasikan perubahan organisasional dan berkeinginan untuk memahami apa yang dijadikan pertimbangan manajer untuk melakukan komunikasi yang etis. Penelitian studi kasus ini dilakukan dengan melakukan 143 interview selama kurun waktu enam tahun ditambah dengan melakukan pengujian terhadap dokumen *archival* dan observasi terhadap beberapa dokumen *meeting*.

5.4 Langkah-Langkah Melakukan Penelitian Studi Kasus Akuntansi Manajemen

Jika ingin diterima sebagai teknik ilmiah, studi kasus pada dasarnya harus mengikuti langkah-langkah yang sama dan memenuhi kriteria yang pada dasarnya sama dengan metode penelitian lainnya. Sebagai upaya untuk dapat mengimplementasikan studi kasus pada penelitian akuntansi manajemen, beberapa protokol berikut dapat dijadikan panduan sebagai langkah-langkah yang dapat dilalui ketika akan melakukan penelitian bidang akuntansi manajemen dengan menggunakan metode studi kasus. Zucker (2009) menggunakan protokol berikut dalam mengadopsi metode studi kasus:

1. Menetapkan tujuan, pertanyaan, dan rasionalisasi studi kasus. Dalam tahapan ini, difokuskan untuk mencari dan menjabarkan signifikansi dari sebuah fenomena yang menjadi ketertarikan si peneliti. Tahap ini juga mengidentifikasi beberapa pertanyaan riset. Pertanyaan penelitian dapat diidentifikasi melalui proses review literatur (Ryan et al., 2002; Scapens, 2004; Yin, 2003).
2. Melakukan desain berdasarkan unit analisis dan tujuan penelitian. Pada tahap ini, peneliti merancang bagaimana

studi kasus akan dilakukan dengan mempertimbangkan tujuan yang akan di capai melalui metode studi kasus. Apakah tujuan studi kasus berupa *interpretive, exploratory, explanatory, atau descriptive* sangat menentukan design riset yang akan diimplemtasikan

3. Menentukan teknik pengumpulan dan pengelolaan data. Untuk mengumpulkan data, metode seperti *field methods, transcribed notes dan interviews, atau member checking* dapat dijadikan alternatif atau opsi untuk mengumpulkan data.
4. Lakukan deskripsi secara penuh atas studi kasus.
5. Lakukan analisis terhadap studi kasus. Fokuskan analisis dari temuan studi kasus pada tema-tema yang dikaitkan dengan tujuan dan unit analisis. Analisis juga dapat dilakukan berdasarkan pemikiran rasional, dan berdasarkan pertanyaan penelitian.

Dalam melakukan analisis data, Yin (2003) menyarankan tiga bentuk strategi analisis data, yaitu: (1) mengikuti pertanyaan-pertanyaan teoritis pada studi kasus; (2) mengidentifikasi penjelasan alternatif; (3) mengembangkan sebuah struktur (satu set topik) untuk menggambarkan kasus tersebut. Dengan menggunakan tiga pendekatan tersebut, peneliti harus menggunakan metodologi analisis data kualitatif.

Sedangkan menurut Crowe et al. (2011), 4 langkah yang perlu ditempuh untuk melakukan studi kasus adalah sebagai berikut:

1. Menfinisikan kasus (*defining the case*).
2. Memilih kasus (*Selecting the case*)
3. Mengumpulkan data (*collecting the data*)
4. Menganalisis, menginterpretasikan, dan melaporkan studi kasus (*Analysing, interpreting and reporting case studies*).

Tahap 1: mendefinisikan kasus. Pada tahap pertama, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian dengan hati-hati, berdasarkan informasi dari literatur yang ada dan berdasar pada isu dan latar teoretis sebelumnya. Semua hal tersebut

penting dilakukan agar dapat mendefinisikan kasus secara tepat dan ringkas (Stake at al., 1995; Bannet, 2005). Yang terpenting, setiap kasus harus memiliki batasan yang telah ditentukan sebelumnya yang menjelaskan sifat dan periode waktu yang dicakup oleh studi kasus (yaitu ruang lingkup, awal dan akhir), kelompok sosial yang relevan, organisasi atau wilayah geografis yang menarik bagi penyelidik, jenis bukti yang akan dikumpulkan, dan prioritas pengumpulan dan analisis data. Pendekatan berbasis teori (*theory driven approach*) dapat digunakan untuk mendefinisikan kasus dan dapat membantu menghasilkan pengetahuan yang berpotensi dapat dialihkan ke berbagai konteks dan perilaku klinis.

Tahap kedua: Memilih kasus (*Selecting the case*). Pada tahap ini peneliti mengambil keputusan tentang kasus yang akan dipilih untuk dipelajari. Dalam studi kasus intrinsik, kasus dipilih berdasarkan karakteristiknya (Stake, 1995). Kasus tersebut dipilih bukan karena mewakili kasus lain, tetapi karena keunikannya yang benar-benar menarik bagi para peneliti. Untuk studi kasus instrumental, peneliti dapat memilih kasus tertentu yang memungkinkan peneliti untuk menyelidiki suatu masalah atau fenomena. Sedangkan dalam studi kasus kolektif atau multipel, sejumlah kasus dipilih dengan hati-hati. Jenis studi kasus ini menawarkan keuntungan yang memungkinkan perbandingan dilakukan di beberapa kasus dan/atau replikasi.

Tahap ketiga: Mengumpulkan data (*collecting the data*). Agar dapat melakukan studi kasus, diperlukan data-data yang diukumpulkan dengan berbagai macam cara. Pendekatan studi kasus biasanya melibatkan pengumpulan berbagai sumber bukti, menggunakan serangkaian teknik kuantitatif (misalnya kuesioner, audit) dan teknik kualitatif yang lebih umum (misalnya wawancara, kelompok fokus dan observasi). Penggunaan berbagai sumber data (triangulasi data) sangat dianjurkan sebagai cara untuk meningkatkan validitas internal suatu penelitian (yaitu sejauh mana metode tersebut tepat untuk menjawab pertanyaan penelitian) (Barbour 2001; Pope 2000; Mason J., 2002). Hal ini disebabkan karena data yang

dikumpulkan dengan cara yang berbeda akan mengarah pada kesimpulan yang serupa, dan menganalisis masalah yang sama dari sudut yang berbeda dapat membantu mengembangkan gambaran holistik dari sebuah fenomena.

Tahap ke-empat: Menganalisis, menginterpretasikan, dan melaporkan studi kasus. Pada tahap ini, peneliti melakukan analisis terhadap data yang telah dikumpulkan. Analisis dapat dilakukan dengan menggunakan *coding frame* yang kemudian dianalisis dengan menggunakan bantuan software analisis untuk data kualitatif.

Interpretasi data dapat dilakukan setelah melalui tahap analisis data dengan secara hati-hati menjelaskan arti dari setiap analisis data yang dihasilkan oleh, misal, bantuan *software*. Untuk mencapai pemahaman data yang lebih baik, peneliti dapat memilih untuk merepresentasikan data dan informasi dalam diagram (Mason, 2002; Ryan et al., 2002). Representasi data dalam diagram, bagan, tabel, atau struktur representasi sintetik lainnya membantu, di satu sisi, untuk memahami dan mengidentifikasi perilaku dan, di sisi lain, untuk memvalidasi proses analisis data kualitatif. Tahap terakhir adalah menyajikan semua hasil penelitian studi kasus dengan melaporkan studi kasus mengikuti format yang telah ditentukan.

5.5 Menyajikan Hasil penelitian Studi Kasus Akuntansi Manajemen

Penyusunan laporan akhir merupakan tahap terakhir dari proses penelitian dengan menggunakan pendekatan studi kasus (Ryan et al., 2002; Scapens, 2004; Yin, 2003). Laporan studi kasus harus dengan jelas menyoroti:

1. hubungan antara hasil studi kasus dan penelitian yang ada.
2. aspek metodologi, termasuk cara penelitian dilakukan.

Selain itu, penyajian laporan akhir studi kasus juga harus menyajikan struktur yang konsisten dengan tujuan studi kasus. Jika tujuan akhir studi kasus adalah untuk mengembangkan atau membangun teori, maka format yang paling mungkin adalah

menggunakan mode naratif dengan urutan bab dan sub-bab didasarkan pada pemikiran bahwa setiap bab atau bagian berkontribusi pada argumen teoretis yang sedang dikembangkan. (Yin, 2003). Tulisan yang disajikan harus meyakinkan, dipahami otentik, masuk akal dan kritis (Scapens, 2004).

5.6. Kelebihan dan Keterbatasan Penelitian Studi Kasus Akuntansi Manajemen

Penelitian dengan menggunakan metode studi kasus memiliki kelebihan maupun kekurangan. Beberapa akademisi mengklaim bahwa studi kasus telah dianggap sebagai metode penelitian akuntansi manajemen dan pengendalian manajemen yang baik karena memberikan pemahaman yang lebih baik tentang proses dan konteks di mana praktik akuntansi dan pengendalian manajemen terjadi (Adams et al., 2006; Berry et al., 2009).

Zikmund et al. (2010) menyebutkan bahwa kelebihan utama dari studi kasus adalah seluruh organisasi atau entitas dapat diinvestigasi dan dianalisis secara mendalam dan detail. Perhatian yang sangat terfokus ini memungkinkan peneliti untuk secara hati-hati mempelajari urutan peristiwa saat terjadi atau untuk berkonsentrasi pada identifikasi hubungan antara fungsi, individu, atau entitas. Melakukan studi kasus seringkali membutuhkan kerjasama dari pihak yang unit analisisnya sedang dipelajari. Kebebasan untuk mencari data apa pun yang dianggap penting oleh penyelidik membuat keberhasilan studi kasus apa pun sangat bergantung pada kewaspadaan, kreativitas, kecerdasan, dan motivasi individu yang melakukan analisis kasus.

Akan tetapi, penelitian studi kasus juga memiliki keterbatasan. Keterbatasan pertama adalah masalah banyaknya data yang mungkin dikumpulkan dalam satu studi kasus. Besarnya volume data, bersama dengan terbatasnya waktu, berdampak pada kedalaman analisis yang mungkin dapat dilakukan dengan sumber daya yang tersedia. Kedua, penelitian

studi kasus terkadang dikritik karena kurang teliti secara ilmiah dan memiliki tingkat generalisasi yang cukup rendah. Sedangkan Signh (2006) menyebutkan beberapa kelemahan dari metode studi kasus, diantaranya adalah:

- 1. Sulit untuk dipelajari secara objektif.
- 2. Sulit merumuskan hipotesis.
- 3. Data informasi tidak dikumpulkan secara sistematis.
- 4. Terkadang, tidak dapat menarik kesimpulan secara statistik
- 5. Lebih membutuhkan banyak waktu dan biaya yang mahal.
- 6. Tidak menambah pengetahuan dan bidang baru yang dipelajari.

5.7 Beberapa Contoh Penelitian Studi Kasus Akuntansi Manajemen Terpublikasi di Jurnal Bereputasi

Tabel 5.2 dibawah ini memberikan summary dari beberapa contoh penelitian studi kasus pada bidang akuntansi manajemen:

Tabel 5.2
Beberapa Contoh Penelitian Studi Kasus
Pada Bidang Akuntansi Manajemen

Authors	Tujuan penelitian studi kasus	Hasil
Preston (1989)	Penciptaan system akuntansi pada organisasi yang anarkhi secara eksplisit. Penelitian ini bertujuan untuk mengaplikasikan teori intaraksi simbolik untuk memahami terbentuknya system pengendalian manajemen	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa system (akuntansi) <i>record-keeping</i> secara dramatis mempengaruhi orang-orang yang ada dalam organisasi untuk saling berinteraksi.
Noryati and Nabiha (2008)	menjelaskan proses pelebagaan sistem manajemen kinerja (PMS) di sebuah perusahaan pemerintah Malaysia (Government-link company-GLC). Studi ini secara	Meskipun upaya untuk menghubungkan aktivitas organisasi ke sistem melalui

	husus melihat perubahan yang dibawa oleh program transformasi GLC yang dicanangkan oleh pemerintah.	rencana operasi bisnis, data mengungkapkan bahwa aktivitas terkait PMS dipandang sebagai mekanisme rutin untuk menilai kinerja karyawan dan menjadi terpisah dari aktivitas organisasi. Dengan demikian, PMS baru tidak benar-benar mengubah cara anggota organisasi memandang dan melakukan sesuatu dalam organisasi.
Monika Łada and Alina Kozarkiewicz (2018)	Mengeksplorasi pengaruh dualitas dalam logika institusional pada akuntansi internal, dengan fokus pada universitas publik Polandia. Penelitian ini ingin menjawab pertanyaan penelitian: bagaimana risiko ketidakabsahan yang timbul dari tekanan yang berbeda dari lingkungan kelembagaan akuntansi manajemen berpengaruh terhadap universitas publik Polandia.	Para penulis mengungkap dan mendiskusikan solusi organisasi dan manuver legitimasi yang diterapkan, mengidentifikasi empat taktik adaptasi dalam perjuangan untuk mendukung legitimasi yang mereka sebut sebagai 'perhitungan seremonial', 'pelabelan legitimasi', 'blackboxing' dan 'akuntansi manajemen bayangan'. Dalam interaksi empat taktik melahirkan

		apa yang dapat dilihat sebagai 'counter-coupling' akuntansi manajemen. Para penulis mengklarifikasi dampak untuk akuntansi manajemen.
Massingham et al. (2012)	Tujuan dari makalah ini adalah untuk mengevaluasi kegunaan Metodologi Q untuk bisnis penelitian, sebagai teknik alternatif untuk peneliti akuntansi.	Hasilnya menunjukkan bahwa Metodologi Q dapat memberikan keuntungan dalam pengumpulan data (lebih sedikit beban responden), analisis data (wawasan yang lebih dalam ke alam bawah sadar responden), dan hasil ("kepemilikan" responden yang lebih baik atas masalah dan solusi organisasi). Namun, juga memiliki kelemahan dalam hal penerapan manajerial.
Gibassier and Schaltegger (2015)	Tujuan dari makalah ini adalah untuk fokus pada penghitungan karbon sebagai salah satu aspek penghitungan dampak terhadap modal lingkungan dan untuk merinci proses "konvergensi" antara dua pendekatan akuntansi manajemen karbon korporat yang muncul dalam sebuah perusahaan multinasional. Berbeda dengan pelaporan pemangku kepentingan	Studi kasus ini menunjukkan bahwa adalah mungkin untuk menghubungkan dua pendekatan akuntansi manajemen karbon korporat yang berfokus pada produk dan

	dan fokus peraturan, isu-isu akuntansi karbon internal perusahaan sejauh ini jarang diselidiki secara mendalam. Berdasarkan analisis kualitatif dari studi kasus yang mendalam ini, muncul pertanyaan tentang apa yang dapat dianggap sebagai sistem penghitungan pengelolaan karbon yang efektif.	organisasi ke dalam sistem akuntansi manajemen karbon gabungan. Ini memiliki dampak potensial dalam membuat akuntansi manajemen karbon dalam organisasi lebih ramping, dan lebih efisien dalam hal pengukuran kinerja dan komunikasi eksternal.
--	---	--

DAFTAR PUSTAKA

- Adams, C, Hoque, Z. and McNicholas, P. 2000. Case studies and action research. In Z. Hoque (eds.), *Methodological Issues in Accounting Research: Theories and Methods*. Spiramus, 361-373.
- George AL, Bennett A. 2005. Case studies and theory development in the social sciences Cambridge, MA: MIT Press.
- Barbour RS. 2000. Checklists for improving rigour in qualitative research: a case of the tail wagging the dog? *BMJ*, 322:1115-1117.
- Berry, A. J., Coad, A. F., Harris, E. P., Otley, D. T., e Stringer, C. 2009. Emerging themes in management control: a review of recent literature. *British Journal of Management*, 41, 2-20.
- Cooper, David J., and Morgan, wayne. 2008. Case Study Research In Accounting. *Accounting Horizon*, Vol.22, No.2, pg. 159-178.
- Crowe, S., Cresswell, K., Robertson, A. *et al.* 2011. The case study approach. *BMC Med Res Methodol* 11, 100. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-11-100>
- Dikolli, S. and Smith, M. 1996. Implementing ABC: An Australian Feasibility Study', *Australian Accounting Review*, Vol. 6, No. 2, September, pp. 45-55.
- Delphine Gibassier Stefan Schaltegger. 2015. Carbon management accounting and reporting in practice, *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, Vol. 6 Iss 3 pp. 340 - 365 Permanent link to this document: <http://dx.doi.org/10.1108/SAMPJ-02-2015-0014>
- Kaplan, R.S. 1984. The Evolution of Management Accounting, *The Accounting Review*, Vol. 59, No. 3, pp. 390-418.
- Kaplan, R.S. and Norton, D.P. 1992. The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance, *Harvard Business Review*, Jan./Feb., pp. 71-9.

- Łada, M., Kozarkiewicz, A. and Haslam, J. 2020. Contending institutional logics, illegitimacy risk and management accounting: A case study analysis of study programme calculations in a Polish public university, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 33 No. 4, pp. 795-824. <https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2018-3640>
- Mason J. 2002. Qualitative researching London: Sage.
- Massingham, P., Massingham, R. and Diment, K. 2012. Q methodology: is it useful for accounting research?", *Qualitative Research in Accounting & Management*, Vol. 9 No. 1, pp. 66-88. <https://doi.org/10.1108/11766091211216114>
- Mayo, E. 1933. *The Human Problems of Industrial Civilization*, Macmillan, New York.
- Merchant, K.A. 1985. Organizational Controls and Discretionary Program Decision Making: A Field Study', *Accounting Organizations and Society*, Vol. 10, No. 1, pp. 67-85.
- Norhayati, M.A. and Siti-Nabiha, A.K. 2009. A case study of the performance management system in a Malaysian government linked company, *Journal of Accounting & Organizational Change*, Vol. 5 No. 2, pp. 243-276. <https://doi.org/10.1108/18325910910963454>
- Pope C, Ziebland S, Mays N. 2000. Analysing qualitative data. *Qualitative research in health care*. BMJ, 320:114-116.
- Preston, Alistair M. 1989. *The taxman cometh: Some observations on the interrelationship between accounting and in land revenue practice*. 14(5), 389-413. doi:10.1016/0361-3682(89)90008-1
- Ryan, R., Scapens, R. W. & Theobald, M. 1992. *Research Method and Methodology in finance and Accounting*, London, Academic Press.
- Ryan, B., Scapens, R. W. and Theobald, M. 2002. *Research method & methodology in finance & accounting*, 2a Ed., Thomsom.
- Sekaran, U and Bouge, Roger. 2016. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*, John Wiley and Sons, New York, NY.

- Scapens, R. W., & Bromwich, M. 2001. Management accounting research: the first decade. *Management Accounting Research*, 12(2), 245-254.
- Scapens, R. W. 2004. Doing case study research. In C. Humphrey and B. Lee. (eds.), *The Real-Life Guide to Accounting Research: a behind-the-scenes view of using qualitative research methods*. Elsevier, Ltd, 257-279.
- Simons, R. 1990. The Role of Management Control Systems in Creating Competitive Advantage: New Perspectives, *Accounting Organizations and Society*, Vol. 15, No. 1/2, pp. 127-43.
- Sighn, Yogesh Kumar. 2006. *Fundamental of Research Methodology and Statistics*. New Delhi, New Age International (P) Limited, Publisher
- Smith, Melcolm. 2003. *Research Method In Accounting*. London, Sage Publication.
- Stake, R. E. 2000. *Handbook of qualitative research*. 2nd Edition. N. Denzin and Y. Lincoln, eds. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Stake, R. E. 1995. *The art of case study research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Smith, M. 1994. Benchmarking in Practice: Some Australian Evidence', *Managerial Auditing Journal*, Vol. 9, No. 3, pp. 19-22.
- Townley, B.D. J. Cooper and L. Oakes. 2003. Performance measure and the realization of organization. *Organizational Studies* 24 (7): 1045-1067
- Yin, R.K. 1984. *Case Study Research, Design and Methods*, Sage, Beverly Hills, CA.
- Yin, R. K. 2003. *Case study research: design and methods*, Sage Publications.
- Yin, R. K. 1989. *Case study research: design and methods*, Revised edition, Sage Publications.
- Zucker, Donna M. 2009. How to Do Case Study Research. Teaching Research Methods in the Social Sciences. 2. Retrieved from https://scholarworks.umass.edu/nursing_faculty_pubs/2

BAB 6

Proses Penyusunan Studi Kasus (Case Study) Penelitian Kualitatif

Oleh Unggul Sagena

6.1 Pendahuluan

Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami pengalaman dan persepsi individu, serta kompleksitas sosial dalam konteks yang alami. Studi kasus adalah salah satu teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif, terutama di bidang bisnis dan manajemen di mana peneliti mempelajari satu atau beberapa kasus yang representatif untuk menggali pemahaman tentang fenomena yang diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menganalisis fenomena kompleks dalam konteks sosial, budaya, dan politik yang terlibat dalam praktik bisnis dan manajemen.

Studi kasus dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang konteks, proses, dan fenomena yang diteliti. Peneliti kualitatif menggunakan studi kasus untuk menggali informasi tentang pengalaman dan persepsi individu, kelompok, organisasi, atau masyarakat terhadap fenomena yang diteliti.

Studi kasus dapat digunakan untuk mempelajari berbagai fenomena dalam konteks bisnis dan manajemen, seperti keputusan manajemen, strategi bisnis, implementasi program, dan sebagainya. Selain itu, studi kasus juga dapat memberikan informasi yang berguna bagi para profesional bisnis dan manajemen untuk meningkatkan kinerja dan efektivitas organisasi. Studi kasus juga sering digunakan untuk

mengeksplorasi fenomena yang rumit dan sulit dipahami secara langsung.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mempelajari kasus yang kompleks dan kontekstual, sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang mendalam dan detail tentang fenomena yang diteliti. Dalam studi kasus, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memahami konteks, proses, dan hasil dari kasus yang diteliti. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara induktif, yaitu mengidentifikasi pola-pola dan temuan-temuan yang muncul.

6.2 Tinjauan Teoretis Studi Kasus

Studi kasus atau *case study* merupakan suatu teknik penelitian yang mendalam pada kasus atau fenomena tertentu dalam situasi nyata (Yin, 2014). Menurut Creswell (2014), studi kasus merupakan metode penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena yang kompleks dalam konteks nyata dan tidak dapat dikendalikan oleh peneliti. Dalam penelitian studi kasus, peneliti mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti wawancara, observasi, dan dokumen, untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kasus atau fenomena yang sedang diteliti (Yin, 2014).

Secara jelas, Yin (2014) menyatakan bahwa *case study* adalah "suatu penyelidikan empiris yang mempelajari suatu fenomena dalam konteks nyata, khususnya ketika batas-batas antara fenomena dan konteks tidak jelas." Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena yang kompleks dan kontekstual dalam organisasi, serta mengeksplorasi fenomena yang belum dipelajari secara mendalam.

Penelitian kualitatif dengan studi kasus adalah metode penelitian yang mendalam dan intensif, yang bertujuan untuk

memahami suatu fenomena dengan cara yang detail dan kontekstual. Sedangkan Creswell (2013) menyoroti bahwa penelitian kualitatif dengan studi kasus adalah "penelitian intensif dan ekstensif tentang satu atau beberapa kasus, dalam rangka memahami suatu fenomena yang kompleks dalam konteks yang sebenarnya".

Untuk memahami lebih lanjut, berikut adalah kutipan dari lima ahli metodologi dunia mengenai teori case study:

1. Robert Yin (2014) menyatakan bahwa case study adalah "penelitian yang mempelajari suatu fenomena yang kompleks dan kontekstual dalam konteks nyata".
2. John Creswell (2014) menjelaskan bahwa case study adalah "suatu analisis mendalam terhadap suatu kasus, situasi, atau fenomena dalam konteks yang lebih luas".
3. Andrew Bennett dan Colin Elman (2010) menggambarkan case study sebagai "suatu penyelidikan mendalam terhadap suatu kasus tertentu yang dimaksudkan untuk memahami kompleksitas, variasi, dan dinamika dalam situasi-situasi dunia nyata".
4. Bent Flyvbjerg (2006) menyatakan bahwa case study adalah "suatu analisis terperinci terhadap suatu kasus yang mencoba untuk memahami kompleksitas dan dinamika fenomena yang diteliti dalam konteks nyata".
5. Michael Quinn Patton (2015) menjelaskan bahwa case study adalah "suatu strategi penelitian kualitatif yang memeriksa suatu fenomena dalam konteks nyata, dengan tujuan memahami fenomena tersebut dalam semua kompleksitasnya".

Dari pendapat-pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa studi kasus atau case study merupakan pendekatan penelitian kualitatif yang sangat relevan dalam bidang bisnis dan manajemen. Studi kasus dapat membantu peneliti memahami fenomena yang kompleks dan kontekstual dalam organisasi, serta mengeksplorasi fenomena yang belum dipelajari secara mendalam. Metode ini memungkinkan peneliti untuk melakukan

analisis terperinci terhadap suatu kasus dengan tujuan untuk memahami kompleksitas dan dinamika fenomena yang diteliti dalam konteks nyata. Oleh karena itu, studi kasus dapat menjadi salah satu pilihan metode penelitian yang efektif dalam penelitian kualitatif di bidang bisnis dan manajemen.

6.3 Relevansi Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif Bidang Bisnis dan Manajemen

Studi kasus sangat relevan dalam penelitian kualitatif di bidang bisnis dan manajemen karena dapat membantu peneliti memahami fenomena yang kompleks dan kontekstual dalam organisasi. Menurut Flyvbjerg (2006), studi kasus merupakan metode yang efektif untuk mempelajari fenomena sosial yang kompleks dan kontekstual, seperti dalam bidang bisnis dan manajemen. Dalam penelitian kualitatif di bidang bisnis dan manajemen, studi kasus dapat membantu peneliti memahami masalah yang dihadapi oleh organisasi dan faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja organisasi tersebut.

Menurut Eisenhardt dan Graebner (2007), studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang paling sesuai untuk mengeksplorasi fenomena yang belum dipelajari secara mendalam. Studi kasus juga dapat membantu peneliti memahami hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang sedang diteliti dalam konteks nyata (Eisenhardt & Graebner, 2007).

Dalam penelitian kualitatif di bidang bisnis dan manajemen, studi kasus dapat membantu peneliti memahami fenomena yang kompleks dan kontekstual dalam organisasi. Studi kasus juga merupakan metode yang efektif untuk mengeksplorasi fenomena yang belum dipelajari secara mendalam dan membantu peneliti memahami hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel yang sedang diteliti dalam konteks nyata.

6.4 Proses Penyusunan Studi Kasus

Terdapat beberapa teori yang lebih rinci dalam menjelaskan tahapan-tahapan dalam proses penyusunan studi kasus. Berikut adalah beberapa pendapat pakar:

1. Miles dan Huberman (1994) mengemukakan bahwa proses penyusunan studi kasus kualitatif melibatkan tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data merupakan proses mengurangi data menjadi bagian-bagian yang terpenting, sedangkan penyajian data adalah proses mempresentasikan data yang telah diurutkan ke dalam kategori-kategori tertentu. Penarikan kesimpulan merupakan proses menarik kesimpulan yang diperoleh dari hasil analisis data.
2. Yin (2014) mengemukakan bahwa proses penyusunan studi kasus kualitatif terdiri dari empat tahapan, yaitu perencanaan, pengumpulan data, analisis data, dan pelaporan. Perencanaan meliputi pemilihan kasus, pemilihan unit analisis, dan perumusan pertanyaan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Analisis data meliputi pengurangan data, penyajian data, dan verifikasi data. Pelaporan mencakup penyusunan laporan dan penilaian kualitas studi kasus.
3. Stake (1995) mengemukakan bahwa proses penyusunan studi kasus kualitatif melibatkan tiga tahapan, yaitu pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi data. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Interpretasi data meliputi pengembangan tema, penjelasan fenomena, dan konfirmasi temuan.
4. Creswell (2014) mengemukakan bahwa proses penyusunan studi kasus kualitatif terdiri dari tiga tahapan utama, yaitu pengumpulan data, analisis data,

dan interpretasi data. Pengumpulan data meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Interpretasi data meliputi penemuan tema, pengembangan konsep, dan integrasi tema dan konsep.

5. Merriam (2009) mengemukakan bahwa proses penyusunan studi kasus kualitatif melibatkan empat tahapan utama, yaitu perencanaan, pengumpulan data, analisis data, dan pelaporan. Perencanaan meliputi pemilihan kasus, pemilihan unit analisis, dan perumusan pertanyaan penelitian. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumen. Analisis data meliputi reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Pelaporan mencakup penyusunan laporan dan penilaian kualitas studi kasus.

Teori-teori di atas memberikan gambaran mengenai tahapan-tahapan utama dalam proses penyusunan studi kasus kualitatif. Namun, penting untuk diingat bahwa setiap peneliti dapat memiliki pendekatan yang berbeda-beda dalam melakukan tahapan-tahapan tersebut. Selain itu, faktor-faktor seperti konteks penelitian, sumber daya, dan jenis data yang dikumpulkan juga dapat mempengaruhi proses penyusunan studi kasus kualitatif.

Merangkum dari pendapat para pakar tersebut, berikut ini tahap-tahap penyusunan penelitian kualitatif dengan studi kasus:

1. Pemilihan kasus: Tahap pertama adalah memilih kasus yang akan dijadikan studi kasus. Kasus yang dipilih harus relevan dengan topik penelitian dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.
2. Pengumpulan data: Tahap selanjutnya adalah pengumpulan data. Data dapat dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka.
3. Analisis data: Setelah data terkumpul, data perlu dianalisis. Analisis data meliputi pemilihan data,

pengurutan data, dan pemberian label atau kategori pada data.

4. Interpretasi data: Setelah data dianalisis, data perlu diinterpretasi. Interpretasi data merupakan proses yang digunakan untuk memahami makna dari data yang telah dianalisis.
5. Penyusunan laporan: Tahap terakhir adalah penyusunan laporan. Laporan harus disusun secara sistematis dan jelas sehingga mudah dipahami. Laporan harus memuat informasi mengenai pengumpulan data, analisis data, dan interpretasi data.

Selain tahap-tahap di atas, terdapat juga beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penyusunan studi kasus kualitatif, antara lain:

1. Objektivitas: Penyusunan studi kasus kualitatif harus dilakukan secara objektif, tanpa memihak atau mengutamakan satu pihak tertentu.
2. Validitas: Validitas data yang digunakan dalam studi kasus kualitatif harus diperhatikan, sehingga data yang diperoleh dapat diandalkan dan akurat.
3. Reliabilitas: Reliabilitas data juga perlu diperhatikan agar data yang diperoleh dapat diulang dan dipercaya.
4. Kesimpulan: Kesimpulan yang diambil dari studi kasus kualitatif harus didasarkan pada analisis data yang sistematis dan teruji.

6.5 Kelebihan dan Kelemahan Studi Kasus

Studi kasus adalah metode penelitian kualitatif yang sangat populer di berbagai bidang, termasuk bisnis. Namun, seperti halnya metode penelitian lainnya, studi kasus memiliki kelebihan dan kekurangan. Merangkum pendapat-pendapat dari ahli seperti Stake (1995), Gerring (2004), George & Bennett (2005), Flyvbjerg (2006), serta Baxter & Jack (2008) dapat disimpulkan tentang kelebihan dan kekurangan studi kasus:

Kelebihan:

1. Mendalam dan kaya dalam detail: Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mempelajari fenomena dengan sangat rinci dan mendalam. Data yang diperoleh dari studi kasus dapat sangat kaya dalam detail, sehingga peneliti dapat memahami fenomena dengan lebih baik.
2. Konteks yang jelas: Studi kasus umumnya dilakukan dalam konteks yang jelas dan terbatas, yang memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena dengan lebih baik.
3. Pengujian teori: Studi kasus dapat digunakan untuk menguji teori yang ada dan menghasilkan pemahaman baru tentang fenomena yang dikaji.

Kekurangan:

1. Kesulitan generalisasi: Studi kasus seringkali hanya melibatkan satu kasus atau beberapa kasus saja, sehingga kesulitan untuk menggeneralisasikan hasil penelitian ke populasi yang lebih besar.
2. Subyektifitas: Studi kasus seringkali melibatkan interpretasi subjektif dari data yang diperoleh, sehingga dapat menjadi subyektif.
3. Keterbatasan dalam pengumpulan data: Studi kasus seringkali membutuhkan waktu dan sumber daya yang cukup besar untuk mengumpulkan data, dan data yang diperoleh mungkin terbatas dalam cakupan dan kualitas.
4. Potensi bias: Studi kasus seringkali melibatkan peneliti yang terlibat secara langsung dalam pengumpulan dan interpretasi data, sehingga dapat berpotensi menghasilkan bias.

Dalam kesimpulannya, studi kasus memiliki kelebihan dan kekurangan yang harus dipertimbangkan sebelum memilih metode penelitian yang tepat untuk penelitian yang dilakukan. Peneliti harus mempertimbangkan sifat dari fenomena yang dikaji, sumber daya yang tersedia, dan tujuan penelitian untuk

memilih metode penelitian yang paling tepat untuk tujuan penelitian.

Selain itu, guna memahami lebih lanjut dan tidak terjadi kesalahpahaman dalam menggunakan studi kasus dalam merespons fenomena dan merancang penelitian, Flyvbjerg (2006) mengidentifikasi lima kesalahpahaman umum tentang penelitian studi kasus (*case study research*), yaitu:

1. *Case study* tidak dapat digeneralisasi ke populasi yang lebih luas. Namun, Flyvbjerg menekankan bahwa tujuan *case study* bukanlah generalisasi, melainkan pengembangan teori atau deskripsi yang detail mengenai kasus tersebut.
2. *Case study* tidak dapat menghasilkan penjelasan kausal yang kuat. Flyvbjerg berpendapat bahwa *case study* dapat menghasilkan penjelasan kausal yang kuat jika digabungkan dengan analisis yang tepat.
3. *Case study* tidak dapat diandalkan karena subjektivitas peneliti. Flyvbjerg menekankan bahwa subjektivitas peneliti dapat dikurangi melalui penggunaan metodologi yang tepat.
4. *Case study* tidak dapat memecahkan masalah praktis. Flyvbjerg berpendapat bahwa *case study* dapat memberikan wawasan baru dan solusi yang lebih baik untuk masalah praktis.
5. *Case study* tidak cocok untuk penelitian yang bersifat eksperimental. Namun, Flyvbjerg menekankan bahwa *case study* dapat digunakan dalam eksperimen sosial dan eksperimen alamiah.

Untuk itu, penulis memberikan rekomendasi tips dan langkah untuk melakukan penelitian dengan studi kasus yang baik, yaitu:

1. Pilih kasus yang tepat: Pilih kasus yang tepat yang berkaitan dengan pertanyaan penelitian Anda dan memungkinkan Anda untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Pertimbangkan berbagai faktor seperti

kesesuaian kasus dengan pertanyaan penelitian, ketersediaan data, dan kemampuan untuk melakukan analisis yang tepat.

2. Tentukan tujuan penelitian: Tentukan tujuan penelitian dengan jelas dan terperinci sehingga Anda tahu apa yang ingin dicapai dan data apa yang perlu dikumpulkan.
3. Kumpulkan data dengan hati-hati: Kumpulkan data yang relevan dan memadai dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan dokumen. Pastikan untuk mengumpulkan data yang mencakup berbagai aspek dari kasus yang sedang dikaji.
4. Analisis data dengan hati-hati: Analisis data dengan hati-hati dan secara sistematis. Gunakan pendekatan analisis yang tepat untuk menggali dan menganalisis data.
5. Kaitkan hasil penelitian dengan teori: Kaitkan hasil penelitian Anda dengan teori yang ada dalam bidang yang Anda kaji. Temukan kaitan antara hasil penelitian Anda dan teori yang telah dikembangkan sebelumnya, dan jelaskan implikasi teoretis dan praktis dari hasil penelitian Anda.
6. Tulis laporan penelitian dengan jelas: Tulis laporan penelitian dengan jelas dan terperinci sehingga pembaca dapat memahami metodologi, temuan, dan implikasi hasil penelitian Anda dengan mudah.
7. Gunakan referensi yang akurat: Pastikan untuk menggunakan referensi yang akurat dan relevan untuk mendukung temuan dan kesimpulan Anda.

Dengan mengikuti langkah-langkah di atas, Anda dapat melakukan penelitian dengan studi kasus yang baik dan menghasilkan temuan yang berguna dan bermanfaat bagi penelitian dan praktik bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Baxter, P., & Jack, S. (2008). Qualitative case study methodology: Study design and implementation for novice researchers. *The Qualitative Report*, 13(4), 544-559.
- Bennett, A., & Elman, C. (2010). Case study methods in the international relations subfield. *Comparative political studies*, 43(3), 283-312.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: opportunities and challenges. *Academy of management journal*, 50(1), 25
- Flyvbjerg, B. (2006). Five misunderstandings about case-study research. *Qualitative inquiry*, 12(2), 219-245.
- George, A. L., & Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. MIT Press.
- Gerring, J. (2004). What is a case study and what is it good for? *American Political Science Review*, 98(2), 341-354. doi: 10.1017/S0003055404001182
- Merriam, S. B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. John Wiley & Sons.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: integrating theory and practice*. Sage publications.
- Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. Sage.
- Yin, R. K. (2014). *Case study research: Design and methods*. Sage publications.

BAB 7

Metode Eksperimen Laboratorium: Teknik Manipulasi dan Implementasinya

Oleh Frisky Jeremy Kasingku

7.1 Pendahuluan

Riset dapat dibedakan melalui metode yang digunakan oleh peneliti. Terdapat beberapa metode riset yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya. Metode riset tentunya dipilih untuk menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang dikemukakan oleh peneliti. Metode yang tepat akan membantu peneliti untuk memperoleh hasil penelitian yang tepat juga. Salah satu permasalahan dan tujuan penelitian yang biasanya dikemukakan oleh peneliti adalah bagaimana para peneliti menguji hubungan kasualitas atau hubungan sebab-akibat antar variabel penelitian yang diuji. Untuk memfasilitasi tujuan tersebut, maka metode riset eksperimen dapat digunakan (Nahartyo & Utami, 2016) .

Bab ini akan membahas terkait metode eksperimen dalam ranah penelitian bisnis. Pada bagian awal, bab ini akan membahas terkait riset eksperimen. Setelah itu, jenis-jenis desain eksperimen akan dibahas. Selanjutnya, bab ini akan membahas terkait desain eksperimen laboratorium. Pada bagian terkahir, bab ini akan membahas terkait teknik manipulasi yang dapat digunakan dalam penelitian laboratorium, selain itu, implementasi teknik manipulasi dalam riset laboratorium akan dibahas.

7.2 Metode Riset Eksperimen

Metode eksperimen merupakan metode yang dapat digunakan ketika peneliti bertujuan untuk menguji pengaruh kausalitas

dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat. Salah satu tujuan utama peneliti menggunakan desain riset eksperimen adalah untuk mengisolasi variabel-variabel agar dapat ditemukan variabel-variabel apa saja yang benar-benar mengakibatkan perubahan yang terjadi pada variabel terikat, dan bukan disebabkan oleh variabel yang lain. Artinya, ketika peneliti dapat memperoleh variabel yang benar-benar mempengaruhi variabel terikat, maka validitas internal dari hasil penelitian terkait menjadi tinggi. Validitas internal merupakan salah satu keunggulan dari riset yang menggunakan desain eksperimen (Nahartyo, 2018). Akan tetapi, tidak semua riset dengan desain eksperimen memiliki validitas internal yang tinggi. Terdapat beberapa jenis desain riset eksperimen yang dapat digunakan oleh peneliti yaitu desain *pseudo-experiment*, desain *Quasi-experiment* (eksperimen semu), dan desain *true experiment* (eksperimen tulen/ eksperimen laboratorium) (Cash, Stanković & Štorga, 2016).

Desain eksperimen *pseudo* merupakan desain yang digunakan oleh peneliti dimana peneliti tidak memiliki kontrol atas manipulasi dan pengumpulan data. Contohnya, penelitian yang dilakukan untuk melihat dampak dari bencana alam terhadap kondisi ekonomi dari keluarga. Peneliti tentu tidak mungkin dapat mengendalikan kapan akan terjadi bencana alam, kelompok mana yang akan mengalami bencana alam. Namun, hubungan kausalitas tentu dapat diuji karena secara logika kondisi ekonomi dapat terpengaruh karena adanya bencana alam. Tentunya, validitas internal dari jenis eksperimen ini tidak sebesar dibanding jenis eksperimen lainnya. Kecilnya validitas internal disebabkan oleh ketidakmampuan peneliti untuk mengendalikan variabel yang dapat mengakibatkan perubahan pada variabel terikat (McDermott, 2005).

Desain eksperimen yang selanjutnya adalah desain eksperimen *quasi* (semu). Desain ini memungkinkan peneliti untuk memanipulasi variabel independent untuk diterapkan ke subjek penelitian, tapi proses randomisasi tidak dapat dilakukan untuk jenis desain eksperimen ini. Pada desain ini, peneliti tetap dapat

membuat titik perbandingan untuk membedakan dampak dari variabel independent yang diterapkan (Rogers & Révész, 2020). Contohnya, peneliti bertujuan untuk menguji pengaruh gaya kepemimpinan terhadap kinerja karyawan. Karyawan yang ada di dalam perusahaan sudah ada dan tidak dapat dipilih oleh peneliti, untuk itu proses randomisasi tidak dapat dilakukan. Gaya kepemimpinan merupakan variabel yang akan dimanipulasi untuk melihat kinerja karyawan. Peneliti dapat menguji perbedaan kinerja karyawan sebelum dan sesudah gaya kepemimpinan diterapkan atau biasa disebut dengan *pre-test* dan *post-test*. Peneliti dapat menerapkan gaya kepemimpinan yang akan diuji pada sekelompok karyawan dan peneliti tidak menerapkan gaya kepemimpinan tersebut pada sekelompok karyawan lainnya. Fungsinya adalah untuk menciptakan kelompok kontrol agar hasil yang lebih komparatif dapat didapatkan. Salah satu kekurangan desain penelitian ini adalah biasanya desain penelitian ini memakan waktu. Keuntungan dari penelitian ini adalah tingkat validitas yang lebih tinggi dibanding desain *pseudo*.

Desain penelitian eksperimen yang ketiga adalah penelitian dengan disen eksperimen tulen atau laboratorium. Pada desain penelitian ini, peneliti dapat dengan penuh memanipulasi variabel yang ada dan melakukan proses randomisasi. Pembahasan lebih detail terkait metode ini akan dijelaskan pada bagian selanjutnya. Ringkasan informasi terkait perbedaan tiga jenis desain eksperimen dapat dilihat pada tabel 7.1.

Tabel 7.1 Jenis-Jenis Desain Penelitian Eksperimen

Karakteristik /Jenis Eksperimen	Pseudo-Experiment	Quasi-Experiment	True/Laboratory Experiment
Validitas Internal	Rendah	Lebih Tinggi dibanding Pseudo	Tinggi
Randomisasi	Tidak	Tidak	Ya
Manipulasi Variabel	Tidak	Ya	Ya
Kemampuan Penjelasan	Korelasi	Sebab-Akibat, Korelasi	Sebab Akibat

Sumber: Cash, Stanković, dan Štorga (2016)

Selain desain penelitian, proses penempatan partisipan eksperimen ke dalam variabel dapat dilakukan melalui dua metode yaitu metode *between-subject* dan metode *within subject*. Metode pertama merupakan metode yang menempatkan para subjek eksperimen secara acak ke dalam perlakuan yang berbeda-beda sesuai dengan variabel yang akan diteliti. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memperoleh salah satu tujuan utama dalam eksperimen yaitu proses randomisasi. Selanjutnya, metode *within subject* menempatkan subjek eksperimen ke dalam semua perlakuan yang diterapkan dalam penelitian, hal ini dapat menghilangkan bias karena tidak akan ada faktor perbedaan individu dalam merespon perlakuan yang diberikan (Robinson, 2016).

Jika peneliti bertujuan untuk menguji lebih dari satu variabel bebas terhadap variabel terikat, maka desain eksperimen faktorial dapat digunakan (Nahartyo dan Utami, 2016). Contohnya, peneliti ingin menguji skema insentif mana dan skema pengendalian yang bagaimana yang dapat meningkatkan kinerja karyawan. Maka desain faktorial dapat dibuat seperti yang dapat dilihat pada tabel 7.2.

	Bonus (Uang Tunai atau Saham)	
Pengendalian (Tanpa Pengawasan atau Dengan Pengawasan)	Perlakuan 1 (Uang Tunai & Tanpa Pengawasan)	Perlakuan 3 (Saham & Tanpa Pengawasan)
	Perlakuan 2 (Uang Tunai & Dengan Pengawasan)	Perlakuan 4 (Saham & Dengan Pengawasan)

Tabel 7.2 Contoh Desain Faktorial

Desain faktorial tersebut merupakan desain faktorial dengan tingkatan 2x2. Artinya, akan ada empat perlakuan dari dua variabel yang akan diteliti. Jika jenis pengalokasian partisipan adalah *between-subject* maka setiap partisipan akan diacak untuk masuk ke dalam salah satu perlakuan yang ada. Jika jenis pengalokasian partisipan adalah *within-subject*, maka setiap partisipan akan mengalami empat perlakuan sekaligus.

7.3 Desain Eksperimen Laboratorium

Eksperimen laboratorium merupakan jenis eksperimen yang melibatkan randomisasi dan manipulasi variabel independen untuk menguji pengaruhnya terhadap variable dependen. Peneliti yang menggunakan desain eksperimen ini menciptakan lingkungan buatan yang dapat dikendalikan oleh peneliti. Lingkungan buatan yang dimaksud adalah lingkungan yang memungkinkan peneliti memanipulasi variabel independen yang akan dijadikan perlakuan dan diberikan ke subjek penelitian. Lingkungan tersebut juga dapat memungkinkan peneliti untuk mengacak para subjek penelitian untuk mendapatkan perlakuan yang berbeda-beda. Selanjutnya beberapa kelompok yang berisi para subjek penelitian akan terbentuk berdasarkan perlakuan penelitian. Salah satu kelompok yang akan terbentuk adalah kelompok kontrol yang tidak mendapatkan perlakuan apapun. Ini memungkinkan

peneliti untuk membandingkan hasil perlakuan yang diterapkan dan hasil jika perlakuan tidak diterapkan (Allen, 2017).

Sebagai contoh, tabel 7.2 merupakan contoh desain yang dapat diterapkan oleh penelitian eksperimen jenis laboratorium. Para partisipan secara acak akan ditempatkan ke salah satu perlakuan dari empat perlakuan yang ada. Desain tersebut memungkinkan terciptanya lima kelompok berdasarkan faktor-faktor yang ada. Empat faktor adalah sesuai dengan perlakuan yang ada, dan satu kelompok merupakan kelompok yang sama sekali tidak mendapatkan perlakuan atau biasa disebut kelompok kontrol. Peneliti dapat kemudian membandingkan kinerja karyawan dalam setiap kelompok dan dapat menarik kesimpulan kelompok mana yang memiliki kinerja yang paling tinggi.

Kelebihan dari penelitian ini adalah peneliti dapat menciptakan lingkungan buatan dimana peneliti memiliki kendali penuh atas lingkungan tersebut. Lingkungan ini memungkinkan peneliti untuk mengisolasi variabel-variabel apa saja yang memang mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Selanjutnya, penelitian yang dibuat dengan desain ini mendatangkan kemudahan dalam mereplikasi penelitian dalam konteks yang berbeda oleh peneliti lainnya. Kelebihan penelitian dengan desain ini juga adalah desain ini memungkinkan peneliti untuk menggunakan teknologi dan alat-alat yang tidak dapat digunakan dalam desain penelitian eksperimen lainnya. Kondisi lingkungan dapat didesain sedemikian rupa agar benar-benar mengoptimisasi kondisi eksperimen yang diinginkan oleh peneliti (Allen, 2017).

Kelebihan utama dari penelitian eksperimen dengan desain laboratorium adalah tingkat validitas internal yang tinggi. Tingkat validitas ini disebabkan oleh kemampuan peneliti untuk mengisolasi variabel-variabel, faktor-faktor, dan kondisi-kondisi sehingga peneliti dapat dengan jelas menentukan variabel-variabel apa saja yang mempengaruhi perubahan yang terjadi pada variabel dependen. Jenis penelitian ini memiliki keunggulan untuk menunjukkan bukti yang kuat terkait adanya

hubungan kasualitas antara variabel (Nahartyo, 2018). Disisi lain, validitas eksternal merupakan kelemahan dari penelitian ini, dimana hasil penelitian ini lemah dalam hal generalisasi (Allen, 2017). Maka dari itu, jika peneliti bertujuan untuk generalisasi, maka desain eksperimen laboratorium tentu tidak cocok untuk digunakan.

Berdasarkan penjelasan pada bagian sebelumnya, beberapa faktor yang penting dalam eksperimen laboratorium adalah tingkat validitas internal yang tinggi, kemampuan untuk randomisasi subjek, dan kemampuan peneliti untuk memanipulasi variabel yang akan diuji. Keberhasilan faktor-faktor ini tentu bergantung pada kemampuan peneliti untuk mengendalikan faktor-faktor tersebut. Peneliti memegang peranan utama dalam pelaksanaan penelitian eksperimen dengan jenis laboratorium. Jika peneliti gagal untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan subjek penelitian untuk dapat secara acak ditempatkan pada perlakuan-perlakuan eksperimen yang ada, maka kesimpulan yang salah dapat ditarik.

7.4 Teknik Manipulasi dan Implementasi

Randomisasi merupakan satu faktor terpenting dalam desain laboratorium. Randomisasi hanya dapat dilakukan pada eksperimen desain laboratorium. Dengan adanya randomisasi, bias yang berkaitan dengan subjek maupun peneliti dapat berkurang sehingga kesimpulan dapat ditarik secara objektif. Randomisasi berarti setiap subjek akan mendapatkan kesempatan yang sama satu dengan yang lain untuk ditempatkan pada perlakuan yang ada, ini disebut dengan desain berandomisasi murni. Pada jenis yang lain, para subjek dapat terlebih dahulu ditempatkan atau dikelompokkan berdasarkan kriteria yang diinginkan oleh peneliti baru setelah itu peneliti menempatkan para subjek penelitian kedalam perlakuan. Contoh lebih detail dapat dilihat pada tabel 7.3.

Tabel 7.3 Contoh Desain Berandomisasi Murni

	Bonus (Uang Tunai atau Saham)	
Pengendalian (Tanpa Pengawasan atau Dengan Pengawasan)	Perlakuan 1 (Uang Tunai & Tanpa Pengawasan) - 30 Subjek	Perlakuan 3 (Saham & Tanpa Pengawasan) - 30 Subjek
	Perlakuan 2 (Uang Tunai & Dengan Pengawasan) - 30 Subjek	Perlakuan 4 (Saham & Dengan Pengawasan) - 30 Subjek

Sumber: (Nahartyo, 2018)

Pada tabel 7.3. para subjek secara acak ditempatkan pada setiap perlakuan yang ada. Terdapat empat kelompok dimana masing-masing kelompok berisikan 30 subjek penelitian. Selain itu, terdapat juga 30 subjek pada kelompok kontrol. Jenis desain ini disebut desain berandomisasi murni. Tabel 8.4 menjelaskan bahwa sebelum subjek dimasukkan kedalam perlakuan, maka subjek akan dibagi kedalam berbagai blok atau kelompok terlebih dahulu berdasarkan karakteristik demografis, maka terdapat tiga blok atau kelompok dalam contoh tersebut.

Tabel 7.4 Contoh Desain Blok

Blok 1 - Umur 20-30 Tahun		
	Bonus (Uang Tunai atau Saham)	
Pengendalian (Tanpa Pengawasan atau Dengan Pengawasan)	Perlakuan 1 (Uang Tunai & Tanpa Pengawasan) - 15 Subjek	Perlakuan 3 (Saham & Tanpa Pengawasan) - 15 Subjek
	Perlakuan 2 (Uang Tunai & Dengan Pengawasan) - 15 Subjek	Perlakuan 4 (Saham & Dengan Pengawasan) - 15 Subjek

	Dengan Pengawasan) - 15 Subjek	15 Subjek
Blok 2 - Umur 31-45 Tahun		
	Bonus (Uang Tunai atau Saham)	
Pengendalian (Tanpa Pengawasan atau Dengan Pengawasan)	Perlakuan 1 (Uang Tunai & Tanpa Pengawasan) - 15 Subjek	Perlakuan 3 (Saham & Tanpa Pengawasan) - 15 Subjek
	Perlakuan 2 (Uang Tunai & Dengan Pengawasan) - 15 Subjek	Perlakuan 4 (Saham & Dengan Pengawasan) - 15 Subjek
Blok 3 - Umur 46-65 Tahun		
	Bonus (Uang Tunai atau Saham)	
Pengendalian (Tanpa Pengawasan atau Dengan Pengawasan)	Perlakuan 1 (Uang Tunai & Tanpa Pengawasan) - 15 Subjek	Perlakuan 3 (Saham & Tanpa Pengawasan) - 15 Subjek
	Perlakuan 2 (Uang Tunai & Dengan Pengawasan) - 15 Subjek	Perlakuan 4 (Saham & Dengan Pengawasan) - 15 Subjek

Sumber: (Nahartyo, 2018)

Keteracakan ini memungkinkan setiap faktor-faktor yang dapat mengganggu hasil penelitian yang dibuat seperti faktor-faktor bawaan subjek (jenis kelamin, umur, dan sebagainya) akan

dapat terdistribusi secara seimbang (Nahartyo, 2018). Maka dari itu, dengan keyakinan yang tinggi, hasil perubahan yang terjadi pada variabel dependen dapat dipercaya disebabkan oleh variabel independen dan bukan faktor-faktor lainnya karena adanya randomisasi. Inilah yang membuat tingkat validitas internal jenis laboratorium tinggi.

Lebih lanjut lagi, salah satu kelebihan utama yang dapat membuat penelitian eksperimen laboratorium memiliki tingkat validitas yang tinggi terletak pada kemampuan peneliti untuk secara penuh memanipulasi variabel yang akan diuji. Variabel yang dimanipulasi disebut faktor (Stoner, Felix & Stadler Blank, 2022). Pada contoh tabel 8.2 faktor-faktor yang digunakan adalah pemberian bonus dan pengendalian. Selanjutnya faktor-faktor tersebut dimanipulasi dengan dua tingkatan untuk setiap faktor. Faktor bonus memiliki dua tingkatan yaitu bonus uang tunai atau bonus saham, sedangkan faktor kedua juga memiliki tingkatan yang sama yaitu dua tingkatan, dengan pengendalian dan tanpa pengendalian. Untuk itu, peneliti dapat menyesuaikan jumlah faktor yang akan diuji dan jumlah tingkatan untuk masing-masing faktor. Peneliti perlu menentukan jumlah tingkatan yang tepat sesuai dengan tujuan dari penelitian yang diangkat. Contoh tersebut merupakan gambaran umum tentang manipulasi faktor atau variabel yang dapat dilakukan oleh peneliti dalam konteks eksperimen laboratorium.

Untuk dapat mencapai tujuannya, maka manipulasi harus memiliki karakteristik-karakteristik (Nahartyo and Utami, 2016):

1. Hindari penggunaan alat eksperimen ataupun instruksi yang terlalu kompleks. Ini akan membuat subjek eksperimen tidak memahami dengan baik perlakuan yang diberikan.
2. Perlakuan atau manipulasi yang diberikan merupakan kondisi yang familiar dengan subjek eksperimen
3. Perlu mekanisme yang tepat untuk menerapkan manipulasi agar tidak terlalu berlebihan maupun kurang.

Contohnya: Pemilihan huruf atau warna yang terlalu mencolok dapat membuat subjek tidak fokus.

Sebelum manipulasi yang telah dibuat langsung diujikan pada eksperimen yang sesungguhnya, maka perlu dibuat *pilot-test*. Uji ini dapat menolong peneliti untuk mendapatkan berbagai masukan atas instrumen eksperimen yang akan dijalankan. Selain itu, bagian terpenting dari *pilot-test* adalah untuk memastikan apakah subjek dapat memahami dengan benar manipulasi yang diberikan. Perbaikan instrumen eksperimen perlu dilakukan setelah *pilot-test*. Setelah perbaikan dilakukan dan peneliti telah memastikan manipulasi dapat dipahami dengan benar oleh subjek, maka instrumen dapat dijalankan pada eksperimen yang sesungguhnya (Stoner, Felix & Stadler Blank, 2022).

Untuk memastikan apakah manipulasi benar-benar dipahami oleh subjek, peneliti biasanya melakukan Uji Manipulasi. Uji ini dilakukan untuk mengkonfirmasi para subjek apakah benar-benar mengerjakan instrumen eksperimen dengan sebaik-baiknya ataupun hanya asal-asalan saja. Hasil uji manipulasi dari subjek eksperimen yang tidak memenuhi ketentuan uji manipulasi yang telah dibuat, tidak akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian (Stoner, Felix and Stadler Blank, 2022). Contohnya, untuk memastikan apakah subjek benar-benar memahami instrumen eksperimen yang ada pada tabel 8.2, peneliti dapat mengajukan pertanyaan pada bagian akhir instrumen terkait perlakuan yang didapatkan. Peneliti dapat menuliskan beberapa pertanyaan seperti:

1. Pemberian bonus tipe apakah yang Anda alami dalam kasus yang Anda dapatkan?
2. Model pengendalian apakah yang ada di dalam kasus yang Anda dapatkan?

Jika subjek penelitian menjawab dengan benar kedua pertanyaan tersebut, maka dapat diyakini bahwa subjek penelitian memahami manipulasi yang telah diberikan.

Pilihan jawaban dalam bentuk *open-ended*, pilihan berganda, *matching*, atau metode lainnya dapat digunakan untuk melengkapi pertanyaan yang dibuat. Uji manipulasi dapat dilakukan dengan berbagai metode sesuai dengan kebutuhan dan keinginan dari peneliti.

7.5 Kesimpulan

Penelitian eksperimen merupakan desain penelitian yang bertujuan untuk menguji hubungan kasualitas antar variabel independen terhadap variabel dependen. Salah satu kelebihan utama desain penelitian ini adalah tingkat validitas internal yang tinggi. Untuk dapat memperoleh tingkat validitas internal yang tinggi, penelitian eksperimen desain laboratorium dapat digunakan.

Penelitian eksperimen laboratorium memiliki beberapa keunggulan utama yaitu kemampuan randomisasi dan manipulasi variabel atau faktor. Selain itu, peneliti memiliki kendali penuh atas lingkungan buatan yang dibuat dalam eksperimen laboratorium. Kendali penuh peneliti dalam menempatkan subjek secara acak dan memanipulasi variabel atau faktor penelitian dapat menghasilkan tingkat validitas internal yang tinggi. Artinya, perubahan yang terjadi pada variabel dependen dapat diyakini dipengaruhi oleh perubahan yang terjadi pada variabel independen, tanpa diganggu oleh faktor-faktor lainnya.

Untuk dapat mencapai tujuan eksperimen laboratorium, tingkat validitas internal yang tinggi, maka penerapan randomisasi dan manipulasi variabel harus dilakukan dengan tepat. Pemilihan penempatan subjek memainkan peranan penting dalam proses randomisasi. Selain itu, peneliti juga perlu memastikan bahwa proses manipulasi variabel sudah melewati cara yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, M. (2017) *The SAGE Encyclopedia of Communication Research Methods*. 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320 : SAGE Publications, Inc. Available at: <https://doi.org/10.4135/9781483381411>.
- Cash, P., Stanković, T. and Štorga, M. (2016) 'An Introduction to Experimental Design Research', in *Experimental Design Research*. 1st edn. Cham: Springer
- McDermott, R. (2005) 'Experiments, Political Science', *Encyclopedia of Social Measurement*, pp. 901–909. Available at: <https://doi.org/10.1016/B0-12-369398-5/00326-1>.
- Nahartyo, E. (2018) 'Metoda Eksperimen Laboratorium: Teknik Manipulasi dan Implementasinya', in J. Hartono (ed.) *Strategi Penelitian Bisnis*. 1st edn. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Nahartyo, E. and Utami, I. (2016) *Panduan Praktis Riset Eksperimen*. 1st edn. Edited by B. Sarjiwi. Jakarta Barat: PT. Indeks.
- Robinson, M.A. (2016) 'Quantitative Research Principles and Methods for Human-Focused Research in Engineering Design', in *Experimental Research Design*. 1st edn. Cham: Springer.
- Rogers, J. and Révész, A. (2020) 'Experimental and quasi-experimental designs', in *The Routledge handbook of research methods in applied linguistics cover*. New York: Routledge.
- Stoner, J.L., Felix, R. and Stadler Blank, A. (2022) 'Best practices for implementing experimental research methods', *International Journal of Consumer Studies* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.1111/ijcs.12878>.

BAB 8

Metode Eksperimen Lapangan Berbasis Internet

Oleh Dwi Budi Srisulistiwati

8.1 Pendahuluan

Salah satu penyebab masalah kurangnya hasil belajar mahasiswa adalah kurangnya variasi metode pembelajaran yang digunakan oleh para dosen. Metode pembelajaran yang digunakan para dosen memang patut dikritisi. Dosen hendaknya lebih memperhatikan metode pembelajaran yang meningkatkan keberhasilan belajar. Tentunya dosen harus menguasai metode pembelajaran yang berbeda-beda. Dosen hendaknya lebih kritis dan peka terhadap metode yang digunakan dan tidak membatasi diri pada satu metode saja. Varian alternatif metode pembelajaran yang tersedia bagi dosen memungkinkan mereka untuk memilih metode pembelajaran mana yang cocok untuk mencapai tujuan pembelajaran yang diinginkan. (Sudjana 2013).

8.2 Metode Eksperimen

Metode eksperimen adalah cara pembelajaran, dimana peserta didik melakukan uji coba dengan mengalami dan membuktikan sendiri sesuatu yang dipelajari sehingga peserta didik dapat mengembangkan kemampuan berpikir dan kreatifitasnya secara optimal dalam uji coba yang dilakukan. Tujuan metode eksperimen adalah agar peserta didik berpikir secara ilmiah, melatih peserta didik mempergunakan logika dalam menyimpulkan suatu teori yang dipelajarinya. Manfaat metode eksperimen ini sangat membantu anak dalam memahami materi pelajaran dengan mengalami dan membuktikan sendiri uji coba ilmiahnya tersebut (Maya 2021).

Metode experiential learning ini tidak terlepas dari penjelasan dan demonstrasi lisan dosen. Metode ini biasanya digunakan karena experiential learning adalah metode pengajaran dimana mahasiswa mencoba sesuatu dan mengamati prosesnya. Tuliskan hasil tes, setelah itu hasil observasi dipresentasikan dan dievaluasi oleh dosen. Metode ini merupakan metode pengajaran dimana mahasiswa menggunakan alat-alat pengajaran seperti miniatur, gambar, alat laboratorium, alat komputer dan lain-lain. Terlibat langsung dalam mengikuti peristiwa atau kejadian. Mahasiswa mengalami apa yang terjadi pada objek dengan cara melakukannya secara langsung, aktif berpikir, berbuat, memperoleh pengalaman, pengalaman praktis dan keterampilan. Hal ini membuat lebih mudah untuk memahami konsep-konsep. Dimana hal ini sangat diinginkan dalam pengajaran modern.

Selain itu, menerapkan pembelajaran ini mendorong mahasiswa untuk berinteraksi, berkolaborasi dan saling membantu. Hal ini menciptakan sinergi antar mahasiswa. Inti dari sinergi adalah menghargai perbedaan, memanfaatkan kekuatan dan memperbaiki kekurangan (Syah 2015).

Penggunaan teknik eksperimen ini bertujuan agar mahasiswa mampu mencari dan menemukan sendiri berbagai jawaban atas persoalan-persoalan yang di hadapinya dengan mengadakan uji coba sendiri. Juga mahasiswa dapat terlatih dalam cara berfikir yang ilmiah. Dengan eksperimen, mahasiswa menemukan bukti kebenaran dari teori yang sedang dipelajarinya. Strategi-strategi yang berbeda adalah apa yang dipergunakan dalam praktik umum oleh para dosen setiap harinya. Seorang dosen yang luar biasa adalah seorang pembaharu, yang secara terus-menerus menyesuaikan kebutuhan-kebutuhan dan menyesuaikan dengan situasi-situasi para mahasiswanya.

8.3 Eksperimen Lapangan Berbasis Internet

Eksperimen lapangan adalah rancangan eksperimen yang dilakukan pada sesuatu lingkungan alamiah. Pada lingkungan ini, periset berhadapan dengan lebih banyak gangguan atau distraksi dibandingkan pada lingkungan eksperimen

laboratorium yang relatif lebih steril. Setidaknya ada dua alasan mengapa peneliti menggunakan eksperimen lapangan. Pertama sebagai alasan validitas eksternal yang tinggi. Melakukan penelitian di lingkungan alami mencerminkan kondisi realitas sehari-hari subjek, sehingga generalisasinya lebih besar daripada dengan desain laboratorium. Kedua, desain percobaan lapangan mengurangi kemungkinan efek permintaan penelitian. Di lapangan, subjek mungkin tidak merasa berada di bawah kendali peneliti, sehingga mereka berperilaku lebih alami.

Ada batasan terkait validitas internal dalam pengaturan uji lapangan. Dalam lingkungan ini, peneliti kehilangan kendali atas subjek dan mengacak tugas eksperimental. Dari segi biaya penelitian, eksperimen lapangan biasanya relatif lebih mahal dibandingkan dengan eksperimen laboratorium. Biaya ini tentu akan meningkat dengan meningkatnya validitas eksternal sebagai fenomena sosial dengan peningkatan variabilitas yang tinggi.

Saat ini, eksperimen lapangan telah mendapatkan popularitas yang luas di berbagai disiplin ilmu. Kedokteran, psikologi sosial, ekonomi dan administrasi bisnis menggunakan metode penelitian ini untuk mengidentifikasi dan memperluas batas-batas baru ilmu pengetahuan. Perkembangan teknologi informasi semakin meningkatkan kelayakan metode uji lapangan dalam pengembangan keilmuan. Sejak pertengahan 1990-an, tak lama setelah penemuan halaman web yang memungkinkan interaksi antara pengguna dan server, menggunakan World Wide Webs dalam eksperimen telah menjadi pilihan para peneliti lapangan. Tes lapangan online saat ini merupakan metode yang mapan dan banyak digunakan. Beberapa istilah digunakan secara bergantian untuk mendeskripsikan eksperimen online ini, seperti eksperimen Web, eksperimen online, eksperimen berbasis web, eksperimen www, dan eksperimen internet.

Tujuan penggunaan istilah eksperimen web adalah untuk membedakannya dengan layanan internet lainnya seperti email dan telnet, ICQ para peneliti.

Keunggulan, eksperimen internet yaitu :

1. Kemudahan dalam mengakses partisipan dengan keragaman geografis dan budaya dalam jumlah besar
2. Kemudahan dalam mengakses partisipan dari populasi yang langka dan spesifik
3. Perampatan temuan yang lebih baik terhadap populasi umum
4. Perampatan hasil penelitian terhadap lebih banyak lingkungan dan situasi
5. Penghindaran kendala waktu
6. Mampu menghindari masalah organisasional, seperti kesulitan dalam penjadwalan, sehingga memungkinkan banyak partisipan dapat berpartisipasi secara simultan
7. Partisipasi dengan kesukarelaan tinggi
8. Kemudahan dalam mencapai jumlah partisipan optimal dalam mencapai daya statis yang tinggi memungkinkan periset dalam mengambil kesimpulan yang bermakna dari eksperimen
9. Kemampuan deteksi gangguan motivasional
10. Pengurangan efek eksperimenter
11. Pengurangan karakteristik permintaan
12. Penghematan biaya dari sewa ruangan laboratorium, jam personel, peralatan dan administrasi

Solusi eksperimen Internet :

1. Kemungkinan submisi multiple (partisipan mengerjakannya lebih dari satu kali). Dapat diatasi atau dikontrol dengan pengumpulan item-item identifikasi personal, dengan mengecek konsistensi internal seperti halnya konsistensi tanggal dan jawaban, mempergunakan teknik sub sampling, kolom partisipan dan penggunaan password
2. Kontrol eksperimental dalam rancangan penelitian, namun hal ini tidak menjadi isu penting pada rancangan

antar subjek dengan distribusi random partisipan pada tiap kondisi eksperimental

3. Self-selection, dapat diatasi dengan penggunaan teknik multiple site entry
4. Dropout hampir selalu menjadi isu dalam eksperimen berbasis web. Meskipun demikian, dropout dapat dipergunakan sebagai alat dalam mendeteksi adanya gangguan motivasional. Ada beberapa teknik yang dapat dipergunakan dalam mengurangi dropout seperti menjanjikan balikan segera, memberikan insentif finansial
5. Berkurangnya atau tidak adanya interaksi dengan partisipan dalam eksperimen berbasis internet dapat menjadi kendala, terutama ketika instruksi tidak atau salah dipahami oleh partisipan. Solusi yang memungkinkan adalah melakukan pengujian awal (pretest) terhadap instrument /material kasus dan menyediakan partisipan kesempatan dalam memberikan balikan
6. Basis komparatif terhadap metode eksperimen berbasis web secara relatif lemah
7. Validitas eksternal eksperimen berbasis web mungkin akan dibatasi oleh ketergantungan terhadap computer dan jaringan. Juga beberapa studi tidak dapat dilakukan dengan web. Namun, jika dapat dibandingkan, hasil dari web dan studi laboratorium seringkali identik

Teknik dalam menghindari partisipasi secara berulang :

1. Menginformasikan kepada partisipan pada halaman awal eksperimen bahwa submisi multiple tidak dikehendaki dan akan merusak tujuan studi
2. Redirect permintaan password kedua dan seterusnya yang berasal dari alamat IP yang sama
3. Pengimplementasian akses berbasis password. Setiap partisipan diberikan satu password yang hanya dapat dipergunakan sekali. Teknik ini perlu dilengkapi dengan

pembuatan password yang tidak mudah ditebak.
Hindari pembuatan password yang terlalu gampang

Teknik dalam mengendalikan partisipasi secara berulang :

1. Kumpulkan informasi yang memungkinkan dilakukannya identifikasi personal
2. Tanyakan kepada partisipan pada halaman mulai eksperimen apakah mereka sudah pernah berpartisipasi sebelumnya
3. ID dalam sesi berikutnya dibuat melalui variabel-variabel tersembunyi dinamis atau Javascript dengan mengkombinasikannya dengan analisis informasi HTTP (seperti tipe browser dan sistem operasi)
4. Gunakan teknik sub sampling
5. Batasi partisipasi bagi anggota kelompok kendali
6. Kendalikan konsistensi internal jawaban
7. Kendalikan konsistensi waktu respon
8. Tempatkan identifier (seperti cookies)

Tabel 8.1 Karakteristik-karakteristik validitas dari eksperimen berbasis web

Tipe validitas	Karakteristik Pengumpulan Data Internet	Efek terhadap validitas Ekspektasian
Validitas simpulan statistis (kovariat perlakuan dan hasil)	1. Peningkatan ukuran sampel dan daya statis 2. Penurunan atau pengurangan kesalahan pengentrian data 3. Peningkatan variabilitas lingkungan	1. Meningkatkan 2. Meningkatkan 3. Meningkatkan 4. Menurunkan 5. Menurunkan 6. Menurunkan

	eksperimen 4. Downtime system 5. Kesalahan pengkodean perangkat lunak 6. Perbedaan pemformatan internet	
Validitas Internal (Inferensi kausal dari efek perlakuan terhadap hasil).	1. Penurunan potensi difusi (dan imitasi) pada perlakuan 2. Meningkatkan tingkat pengunduran diri atau dropout partisipan antar perlakuan 3. Kecurangan (cheating) misalnya dengan submisi multipel	1. Meningkatkan 2. Menurunkan 3. Menurunkan
Validitas konstruk (Kemampuan perampatan dari konstruk ke sampel)	1. Mengurangi efek permintaan dan pengaruh eksperimenter lainnya 2. Menurunkan aprehensi evaluasi partisipan	1. Meningkatkan 2. Meningkatkan
Validitas eksternal (kemampuan perampatan terhadap orang, tugas, lingkungan,	1. Meningkatkan heterogenitas responden 2. Meningkatkan variabilitas dalam waktu dan	1. Meningkatkan 2. Meningkatkan 3. Meningkatkan 4. Meningkatkan 5. Meningkatkan

perlakuan dan waktu lain)	lingkungan 3. Kendali interaktif 4. Kapabilitas multimedia 5. Kapabilitas multipartisipan real-time 6. Meningkatkan self-selection partisipan	6. Menurunkan
---------------------------	---	---------------

Tabel 8.1 menjelaskan karakteristik-karaktersitik validitas dari eksperimen berbasis web.

Teknologi eksperimen berbasis internet :

1. Pos elektronik dan pesan teks
Pos elektronik merupakan media intervensi paling umum digunakan oleh peneliti dalam eksperimen berbasis web utamanya di masa-masa awal perkembangan studi jenis ini. Dibandingkan dengan antarmuka web modifikasian, penggunaan pos elektronik lebih mampu menarik perhatian dan minat partisipan
2. Antar Muka Web Modifikasian
Secara khusus, eksperimen melalui media ini sering digunakan dalam teknologi industri untuk mengevaluasi efek perubahan pada desain antar muka pengguna
3. Bots
Bots adalah sebuah program atau script yang memungkinkan peneliti untuk membuat penyuntingan dan pemberian saran secara otomatis. Salah satu media yang dapat digunakan oleh peneliti adalah Wikipedia yang membolehkan bots jika peneliti telah mendapatkan persetujuan dari sekelompok orang dalam komunitas Wikipedia dengan keahlian teknis dan pengalaman untuk menilai dan membuat keputusan mengenai bots

4. Add-ons

Teknologi ini memungkinkan peneliti untuk memonitor perilaku partisipan pada beberapa situs multiple. Teknologi ini setidaknya menyediakan dua keuntungan bagi peneliti. Pertama browser extention sangat bermanfaat ketika intervensi eksperimen berdasarkan informasi yang diperoleh melalui beberapa situs. Kedua intervensi melalui Add-ons dapat dilakukan secara real-time

5. Android

Teknologi Android dan IOS yang semakin berkembang dalam penggunaan telepon selular dan tablet juga dapat digunakan sebagai media intervensi bagi peneliti eksperimen lapangan berbasis internet. Beberapa perangkat lunak berbasis sistem operasi android seperti E-Prime dan Cogent telah dikembangkan untuk penelitian eksperimen psikologi perangkat lunak tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan dan menampilkan stimuli dan mendapatkan respon dari partisipan eksperimen.

Ketersediaan teknologi dalam komunitas daring telah menyediakan kesempatan berarti bagi peneliti untuk melakukan intervensi yang dapat menangkap perilaku dalam eksperimen lapangan dengan lebih baik, Peneliti dapat memutuskan teknologi mana yang paling sesuai dengan kebutuhan eksperimen mereka. (Jogiyanto 2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Jogiyanto, Hartono. 2018. *Strategi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Maya, Laela Sari. 2021. "Implementasi Metode Eksperimen Untuk Mengembangkan Keterampilan Proses Sains Dan Literasi Sains Anak Usia Dini." *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran* 8(1): 88–98.
- Sudjana, N. 2013. *Dasar-Dasar Proses Belajar Mengajar*. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Syah, M. 2015. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

BAB 9

STRATEGI PENELITIAN ETNOGRAFI

Oleh Daniel Kurniawan

9.1 Pendahuluan

Seorang pemimpin dari tim *Food Development* dalam sebuah pabrik makanan ringan, Wulan diberi tugas oleh atasannya untuk membuat sebuah produk makanan ringan nantinya akan diekspor ke negara-negara di Eropa. Di Indonesia, produk makanan ringan yang dibuat oleh perusahaan Wulan sangat laku keras di pasar sehingga membuat perusahaan tersebut berada di posisi nomor satu untuk industri makanan ringan. Namun untuk masuk pasar Eropa, tentu Wulan harus menyesuaikan produk perusahaannya dengan selera masyarakat setempat. Akhirnya Wulan meminta jatah untuk melakukan perjalanan 10 hari untuk keliling Eropa dan mengamati bagaimana masyarakat setempat menikmati makanan ringan yang ada. Alhasil, Wulan membuat sebuah produk makanan ringan yang rasanya tidak sekuat produk perusahaan yang biasanya karena dia menemukan bahwa makanan ringan orang Eropa tidak memiliki rasa yang kuat.

Dari kasus di atas, dapat disimpulkan bahwa praktik dan kebiasaan di setiap area dalam masyarakat dapat berbeda. Wulan melakukan kerja yang baik dengan berusaha untuk mengenal pasar yang akan dituju oleh perusahaannya dan berusaha membuat produknya agar dapat diterima oleh masyarakat setempat. Kasus ini memberikan kita kesimpulan bahwa sangat penting untuk mengetahui praktik dan budaya bisnis atau organisasi di tempat kita akan bekerja. Inilah salah satu alasan mengapa penelitian etnografi sangatlah penting dalam bisnis dan manajemen.

Etnografi bisnis dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan keterlibatan (*engagement*) pelanggan dengan produk atau layanan yang kita berikan. Keuntungan utama etnografi adalah memberi peneliti akses langsung ke budaya dan praktik suatu kelompok atau masyarakat. Ini adalah pendekatan yang berguna untuk belajar langsung tentang perilaku dan interaksi orang dalam konteks tertentu. Berkat 10 hari keliling Eropa, Wulan dapat membuat sebuah produk makanan ringan yang sesuai dengan selera masyarakat setempat. Dengan mengetahui praktik dan budaya organisasi maupun masyarakat setempat, Wulan mampu untuk bertahan (*survive*). Ini artinya, etnografi juga membantu organisasi atau individu untuk bertahan dalam persaingan yang ada (*achieve sustainability*). Oleh karena itu, bab ini akan membahas lebih dalam mengenai metode etnografi yang nantinya dapat digunakan oleh praktisi maupun akademisi bisnis dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Berbicara tentang *Sustainability*, persaingan dalam bisnis sekarang juga semakin meningkat seiring dengan munculnya globalisasi. Perusahaan tidak hanya bersaing secara regional, tapi juga nasional dan internasional. Dalam artikelnya yang berjudul *Netnography 2.0*, Kozinets (2006) menyatakan bahwa dunia sedang berubah karena adanya Internet yang bermutasi setiap detik yang menyebabkan batas geografi semakin lama semakin pudar. Pada akhirnya, ini membuat persaingan juga semakin melebar melampaui batas geografi. Oleh karena itu, perusahaan juga harus selalu berusaha memahami arena persaingan, dan etnografi adalah satu metode yang dapat digunakan untuk mengenal kompetisi yang ada di lapangan.

9.2 Segala tentang Etnografi

Sebelum masuk lebih dalam lagi ke definisi dan cara melakukan etnografi, kita perlu mengetahui sejarahnya terlebih dahulu. Di dalam bukunya yaitu *Ethnography Essentials*, Murchison (2010) menjelaskan bahwa etnografi awalnya dikembangkan sebagai strategi penelitian di kalangan akademisi, terutama dalam disiplin ilmu antropologi. Nama-nama seperti Bronislaw

Malinowski, E.E. Evans - Pritchard, Margaret Mead, dan Ruth Benedict, bersama subjek etnografi seperti Trobriand Islanders, Nuer, pulau Samoa, dan negara Jepang merupakan aktor penting sejarah awal etnografi (Murchison, 2010).

Etnografi sendiri berkembang di akhir abad 19 dan awal abad 20 di saat terjadinya Imperialisme Eropa, kecenderungan Amerika yang ingin terus melakukan ekspansi, dan pemahaman dominan tentang ras, etnis, dan gender yang biasanya menempatkan laki-laki kulit putih pada posisi hak istimewa dan berkuasa (Murchison, 2010). Berkembang dari konteks penjajahan dan imperialism, etnografi sangat membantu bagi si 'penjahah' untuk memahami 'yang dijajah' sehingga tujuan penjajahan pun dapat tercapai.

Seiring berjalannya waktu, etnografi pun digunakan untuk memahami perilaku dan kebiasaan sebuah kelompok maupun masyarakat, bahkan untuk menunjukkan adanya ketidakadilan dan penderitaan yang dialami oleh suatu kelompok. Ini dapat dilakukan karena etnografi dapat membongkar sistem masyarakat yang dianggap normal atau *take it for granted* padahal itu semua mengandung wacana kuasa dan penjajahan yang dilakukan oleh kelompok kuat dan merugikan kelompok lemah. Walaupun demikian, banyak antropologi dan etnografi awal yang sengaja atau tidak sengaja mendukung sistem dan struktur kekuasaan yang ada. Berangkat dari praktik yang demikian, maka berkembanglah metode etnografi yang dapat digunakan di berbagai disiplin ilmu di luar antropologi seperti ilmu sosial, komunikasi, dan bahkan ekonomi bisnis.

Setelah sedikit memahami sejarah etnografi, maka kita dapat berlanjut ke definisi etnografi. Murchison (2010) mendefinisikan etnografi sebagai strategi penelitian yang memungkinkan peneliti untuk mengeksplor dan mendalami budaya juga masyarakat yang adalah bagian penting dari pengalaman manusia. Akademisi lain seperti Lune, H. & Berg (2017) menjelaskan etnografi sebagai studi budaya atau pekerjaan untuk mempelajari budaya dan untuk memahami cara hidup lain (*another way of life*) dari sudut pandang natif atau orang yang

melakukkannya. Cresswell and Creswell (2018) mendefinisikan etnografi sebagai desain kualitatif di mana peneliti mendeskripsikan dan menginterpretasikan pola nilai, perilaku, keyakinan, dan bahasa yang dibagikan dan dipelajari dari kelompok berbagi budaya. Berdasarkan dari ketiga definisi akademis ini, maka bab ini mengajukan satu definisi untuk etnografi yaitu metode penelitian kualitatif yang memiliki tujuan untuk mempelajari (secara luas) dan mendalami suatu pola nilai, praktik dan budaya yang berlaku di suatu kelompok atau masyarakat tertentu.

Ada beberapa unsur yang dapat diingat untuk membantu kita dalam memahami etnografi antara lain:

1. **Budaya dan praktik** (Murchison, 2010). Etnografi adalah metode yang sesuai untuk mempelajari sebuah budaya dan praktik dalam kelompok atau masyarakat
2. **Kelompok atau masyarakat** (Murchison, 2010; Lune, H. & Berg, 2017; Cefkin, 2022). Etnografi harus dilakukan dalam sebuah kelompok atau masyarakat, tidak bisa dalam individual atau dua orang saja yang terlibat di sana. Ini karena praktik dan budaya yang diteliti harus disetujui oleh sekelompok orang atau masyarakat.
3. **Observasi partisipan** (Cresswell and Creswell, 2018) di mana adanya keterlibatan langsung dari peneliti dan mereka memang dituntut untuk tenggelam (*immersed*) di dalam kelompok dan budaya yang ada.
4. **Mencari pola** (Murchison, 2010; Cresswell and Creswell, 2018) yang artinya tujuan dari etnografi adalah mencari sebuah benang merah atau kronologi dalam praktik atau budaya yang ditemukan dalam sebuah kelompok atau masyarakat.
5. Menghasilkan **analisis yang kompleks, namun lengkap** akan budaya dari kelompok atau masyarakat yang diteliti (Murchison, 2010).

9.3 Etnografi dalam Bisnis

Seperti yang sudah disebutkan dalam bagian sebelumnya, etnografi menggunakan pendekatan kualitatif yang menjunjung subjektivitas baik pada kelompok atau masyarakat yang diteliti, maupun peneliti itu sendiri (Neuman, 2014). Ini artinya bagaimanapun satu kelompok masyarakat menjalankan dan memaknai suatu praktik atau budaya, maka itulah yang akan hasil dari penelitian etnografi walaupun peneliti mungkin tidak setuju dengan itu. Bahkan peneliti dilarang membawa teori ketika melakukan etnografi karena dapat menimbulkan bias yang mempengaruhi hasil penelitian. Pembahasan mengenai bias peneliti dalam melakukan etnografi akan dibahas juga dalam bab ini.

Biasanya penelitian kualitatif jarang dilakukan dalam arena bisnis dan manajemen. Namun kasus-kasus yang dialami Wulan dalam pembukaan bab ini, tentu mendorong para praktisi dan akademisi bisnis untuk mendalami masyarakat dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Wulan sendiri telah melakukan etnografi ‘kecil-kecilan’ dalam 10 hari ketika berusaha untuk melihat bagaimana masyarakat Eropa menikmati makanan ringan. Jika Wulan melakukannya dalam waktu yang lebih lama, mungkin dia bisa mengetahui bahwa alasan mengapa makanan ringan di Eropa memiliki rasa yang lemah (*bland*) itu karena mereka tidak memiliki banyak supply rempah-rempah. Siapa tahu dengan mengetahui alasan tersebut, Wulan dapat menemukan strategi lain agar perusahaannya dapat melebarkan sayapnya di tanah Eropa. Intinya, arena penelitian bisnis dan manajemen sangat terbuka terhadap etnografi.

Salah satu area bisnis yang dapat menggunakan etnografi dalam penelitiannya adalah *marketing* dan *advertising*. Apa yang dilakukan Wulan di dalam pembukaan bab ini sudah menjadi salah satu usaha etnografi untuk memperkenalkan perusahaan regional ke ranah internasional dalam area *advertising* dan *marketing*. Reese (2010) menyatakan bahwa etnografi sangat cocok dengan *design* karena memancarkan pengalaman dan

intuisi personal. Malefyt and Moeran (2003) juga menyatakan bahwa etnografi membawa perusahaan kepada penelitian yang benar-benar berfokus pada pasar. Dalam tulisannya yang berjudul *Interpretive Marketing Research*, Moisander, Närvänen and Valtonen (2020) menjelaskan bahwa penelitian yang berfokus pada pasar akan membawa perusahaan lebih mengenal tidak hanya pelanggannya, tapi juga komunikasi dan interaksi antar konsumen dan dengan perusahaan. Dengan mengetahui pola komunikasi dan interaksi yang ada di lapangan, para praktisi maupun akademisi *marketing* dan *advertising* akan lebih mudah dalam membangun sebuah desain produk yang diterima oleh masyarakat.

Etnografi juga dinyatakan dapat menstimulasi inovasi dalam perusahaan. REJÓN (2009) menceritakan pengalamannya yang bekerja sama dengan perusahaan *Fast Move Consumer Goods*, di mana dia menemukan bahwa data yang ditemukan di lapangan dengan menggunakan etnografi, dapat dikemas sedemikian rupa agar mudah diingat dan dikonsumsi oleh anggota tim pemasaran, penjualan, produk, dan komunikasi. “Pengetahuan etnografis” ini selanjutnya dikhususkan untuk mengidentifikasi wawasan strategis dan taktis tentang manfaat bagi para manajer, *marketing team*, unit bisnis, dan pemimpin perusahaan; untuk membangun jembatan konseptual yang menghubungkan wawasan pasar dengan bidang minat tertentu dan rekomendasi bisnis yang disesuaikan dengan *brand*, unit bisnis, dan lain sebagainya.

Selain dalam hal inovasi, *advertising* dan *marketing*, etnografi juga dapat dilakukan dalam CSR perusahaan. CSR atau *Corporate Social Responsibility* adalah kewajiban perusahaan untuk bertanggung jawab atas sosial maupun lingkungan di sekitarnya (Broccardo, Truant and Zicari, 2019; D’Amato and Falivena, 2020). Oleh karena itu, untuk menghasilkan CSR yang sukses, maka perusahaan harus benar-benar mengetahui apa yang dibutuhkan oleh kelompok atau masyarakat yang dituju.

9.4 Merancang Penelitian Etnografi

Untuk merancang penelitian etnografi, kita perlu fokus pada topik atau fokus yang akan diteliti terlebih dahulu. Oleh karena itu, disarankan kita **membuat *research question* atau pertanyaan penelitian** yang dapat memudahkan kita untuk fokus (Murchison, 2010).

Kembali pada kasus Wulan, dia sudah sangat spesifik dalam tujuannya untuk mengetahui bagaimana masyarakat Eropa menikmati makanan ringannya. Kita pun juga diharapkan seperti itu ketika memulai penelitian etnografi. Praktik atau budaya apa dalam masyarakat yang ingin kita ketahui? Bagaimana praktik tersebut di bangun di tengah kelompok atau masyarakat? Apakah praktik atau budaya tersebut mempengaruhi area kehidupan lain dalam kelompok atau masyarakat? Pertanyaan-pertanyaan seperti ini harus dipikirkan sebelum masuk ke lapangan untuk melakukan etnografi.

Jangan lupa untuk mempertimbangkan kebutuhan kita atau perusahaan tempat anda bekerja. Seperti yang terjadi pada Wulan, dia hanya melakukan observasi pada praktik yang berhubungan dengan makanan ringan. Dia tidak melihat ke praktik makanan berat atau makan siang karena kebutuhan perusahaan fokus pada produk makanan ringan.

Setelah merumuskan pertanyaan penelitian, maka langkah selanjutnya adalah **menghubungkan pertanyaan penelitian kepada metode penelitian**. Ada beberapa metode pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam etnografi yaitu (Murchison, 2010; Cresswell, 2013; Zhu, 2020):

1. **Wawancara** adalah metode yang paling sering ditemukan ketika melakukan penelitian etnografi. Dengan wawancara, peneliti dapat mengetahui perspektif dari anggota kelompok atau masyarakat sekaligus untuk mengetahui bagaimana proses praktik atau budaya tersebut dimaknai oleh anggotanya.
2. **Percakapan** juga dapat menjadi satu metode untuk menggali praktik atau aktivitas yang terjadi dalam sebuah

kelompok. Perbedaan metode ini dengan wawancara adalah percakapan dapat dilakukan tanpa struktur atau secara informal. Sifatnya bisa mengalir, namun tetap ada data yang dapat diambil.

3. **Observasi** juga penting untuk dilakukan karena dapat merekan interaksi non-verbal yang terjadi di dalam suatu kelompok atau masyarakat. Terkadang non-verbal (bahasa tubuh, gerakan mata, dan lain sebagainya) juga dapat memberikan informasi yang sama pentingnya dengan verbal (menggunakan bahasa). Oleh karena itu, peneliti etnografi yang baik selalu membawa catatan untuk melakukan observasi agar gambaran komprehensif tentang suatu kelompok dan masyarakat dapat tercatat dengan baik.
4. **Mengumpulkan Data Sekunder** juga dapat membantu untuk melihat aktivitas yang ingin diteliti dalam kelompok. Contohnya data atau dokumen dalam sebuah kantor dapat menunjukkan bagaimana perusahaan melakukan *knowledge management*. Contoh lain lagi, data SOP (*Standard of Procedure*) dalam sebuah organisasi dapat menunjukkan bagaimana peraturan diberlakukan di dalamnya.

Akan lebih baik jika peneliti melakukan keempat metode di atas agar dapat menghasilkan gambaran tentang praktik atau budaya yang ada dengan lebih komprehensif.

Lalu satu saran lagi dalam tahap mempersiapkan penelitian etnografi atau sebelum terjun ke lapangan adalah **mempelajari kelompok yang akan diteliti dengan menggunakan semua metode yang tersedia**. Hal ini sangat penting karena jika kita tidak sengaja merusak persepsi kelompok atau masyarakat di lapangan, maka itu dapat menambah kemungkinan penelitian akan gagal. Walaupun kita disarankan untuk tidak membawa teori ke lapangan, **namun bukan berarti kita turun lapangan dengan kepala kosong**. Kita harus mempelajari budaya dari masyarakat atau kelompok yang akan kita teliti agar mereka tidak membangun tembok. Jika mereka membantun tembok, ada kemungkinan unsur penting dalam etnografi yaitu keterlibatan peneliti dalam penelitian akan rusak.

Sebelum ke bagian sebelumnya tentang tips di lapangan, mari memperjelas pemahaman kita dengan melihat bagaimana memfokuskan area penelitian dengan merumuskan pernyataan penelitian dan menghubungkannya dengan metode melalui penelitian yang dilakukan oleh Nordstrom and Jennings (2018) yang di bagian sebelumnya dalam buku ini telah dijelaskan memiliki pertanyaan penelitian yaitu: Bagaimana perusahaan keluarga dapat dioperasikan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga pemilik dan anggotanya? Berangkat dari kesadaran pentingnya mencapai *sustainability* untuk perusahaan keluarga, penelitian ini fokus untuk meneliti praktik apa saja yang dilakukan oleh perusahaan keluarga untuk meningkatkan kesejahteraan pemilik dan karyawan. Penelitian menggunakan metode observasi di mana dia juga ikut berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang ada untuk menilai praktik apa saja yang dilakukan oleh perusahaan yang berhubungan dengan kesejahteraan pemilik dan pegawai. Selain itu, penelitian ini juga melakukan wawancara untuk mengetahui apakah pemilik dan pegawai merasa sejahtera atau tidak. Penelitian ini tidak melakukan analisis pada Data Sekunder karena kelompok yang diteliti adalah *Hutterite Colonies* yang merujuk pada grup di pedesaan yang sangat bergantung pada pertanian atau peternakan, tergantung pada daerah mereka, untuk pendapatan mereka. Ini artinya mereka tidak memiliki banyak data sekunder atau *records* untuk diteliti karena praktik mereka sifatnya spontan.

9.5 Etnografi di Lapangan

Setelah merancang penelitian etnografi dan mengetahui metode apa saja yang akan dilakukan, maka sekarang peneliti dapat mulai masuk ke lapangan untuk berbaur dan melakukan penelitian. Ada beberapa tips yang perlu diingat oleh peneliti saat berada di lapangan yaitu:

1. **Biasakan untuk menulis dalam buku catatan.** Ini sangat penting dalam melakukan etnografi karena peneliti berperan penting dalam memproduksi, mengukur, dan mencatat data yang ada (Murchison, 2010).

2. Sebisa mungkin mengambil **data lapangan sejujurnya atau sesuai dengan keadaan lapangan** (Reese, 2010). Ini dapat dilakukan dengan mengambil video, gambar, merekam suara atau cara lain yang dapat merekam praktik dalam kelompok atau masyarakat dengan selengkap mungkin.
3. Walaupun etnografer diminta untuk mencatat semua praktik yang ada dan merekamnya dalam bentuk apapun, namun **perlu diketahui bahwa ada informasi yang memang penting untuk dicatat dan ada yang tidak**. Oleh karena itu, etnografer harus kembali kepada permasalahan atau pertanyaan penelitian.
4. **Tiga jenis catatan** yang dapat digunakan etnografer ketika melakukan penelitian yaitu (Murchison, 2010; Cresswell and Creswell, 2018):
 - a. Catatan untuk *participant observation* yang dapat digunakan saat melakukan observasi.
 - b. Catatan untuk *interview* atau wawancara digunakan saat wawancara.
 - c. Catatan untuk refleksi pribadi diperlukan agar peneliti dapat mengenal bias subjektifnya dan dapat digunakan untuk analisis. Catatan ini digunakan peneliti untuk memisahkan mana yang berasal dari perasannya subjektifnya sendiri dan keadaan atau pengalaman nyata di lapangan.
5. Beralih dari catatan, etnografer **harus dapat menyeimbangkan dalam menjadi observer dan partisipan**. Jika peneliti terlalu menjadi partisipan, maka hasil penelitiannya akan menjadi sangat subjektif karena dia sudah terpengaruh. Namun jika dia terlalu menjadi *observer*, maka ada kemungkinan kelompok atau masyarakat yang diteliti akan membangun tembok sehingga *engagement* tidak akan terbangun. Ini memang adalah hal yang sulit untuk dilakukan di lapangan karena peneliti dapat terbawa suasana, namun ada beberapa langkah yang dapat

membantu pemimpin untuk menyeimbangkan dalam menjadi observer dan partisipan:

- a. Selalu memastikan (dengan berhenti sejenak untuk refleksi) bahwa etnografer sudah melakukan keduanya. Harus jelas tentang apa yang diikuti, bagaimana kita berpartisipasi, dan dengan siapa.
- b. Dalam hal observasi, kita harus memastikan bahwa kejelian terus terjaga selama proses dengan memastikan bahwa dalam catatan kita adalah *observational notes* seperti tentang angka, warna, interaksi yang terlihat. Intinya catatan yang berisi hasil proses panca indera kita.
6. **Menghargai waktu yang ada** juga sangat penting dalam etnografi. Kita tidak akan selamanya tinggal di kelompok atau masyarakat tersebut. Oleh karena itu dengan memperhatikan waktu yang tersedia akan membawa kita untuk fokus pada hal yang penting dalam penelitian kita.
7. **Memperlakukan informan sebagai guru dan pembimbing** agar kita tidak gampang menimbulkan *judgment* pada kelompok atau masyarakat yang kita teliti.
8. **Jangan lupa menyiapkan daftar pertanyaan wawancara** sebelum melakukannya. Panduan ini akan membantu kita untuk fokus sehingga wawancara yang kita jalankan tidak akan 'ke mana-mana'.
9. **Melakukan *mid-way point analysis*** atau analisis di pertengahan proses etnografi untuk memastikan apakah penelitian sudah berjalan ke arah yang tepat. Dalam tahap ini, kita diharapkan dapat mengidentifikasi tema dan pertanyaan kunci. Langkah ini dapat menjadi sebuah sarana evaluasi agar proses selanjutnya lebih baik. Ini juga mempermudah analisis di bagian akhir karena hasil tidak akan menumpuk di belakang.

Hal yang tidak kalah penting dalam melakukan penelitian etnografi adalah **menjaga etika penelitian**. Tanggung jawab etika utama etnografer adalah kepada informan atau narasumber yang mereka wawancara. Sayangnya, ahli etnografi

tidak dapat memberikan perlindungan dan jaminan dengan mudah tentang apa yang akan terjadi selama proses penelitian, tetapi mereka harus mengambil setiap langkah yang masuk akal **untuk melindungi informan**. Perlindungan ini harus dimulai pada tahap paling awal dari proses penelitian. Kita tidak boleh mengevaluasi proyek potensial hanya berdasarkan manfaat potensial bagi perusahaan, komunitas riset, dan masyarakat yang lebih besar. Kita juga harus mengevaluasi potensi manfaat dan biaya bagi informan.

Dalam beberapa kasus, informan dapat mengalami efek negative ketika berpartisipasi dalam penelitian kita (Murchison, 2010). Contoh, ketika ingin meneliti tentang praktik ilegal dalam sebuah kelompok karyawan atau buruh dan yang akan menurunkan reputasi perusahaan tempat mereka bekerja. Ini dapat menempatkan informan kita (buruh dan karyawan) ke posisi yang tidak aman. Dalam kasus lain, ketika perusahaan kondom ingin mengembangkan produknya dan meneliti kebutuhan pelanggannya di lapangan dengan melakukan etnografi pada tempat-tempat di mana pemakaian kondom sering ditemukan, seperti lokalisasi, maka informan yang menjadi subjek penelitian sudah pasti akan berada di tempat yang tidak menguntungkan. Penelitian etnografi kepada kelompok yang memiliki stigma buruk di dalam masyarakat (seperti PSK, penderita HIV-AIDS, kelompok-kelompok pemberontak politik seperti GAM atau OPM, transgender dan lain-lain) tentu akan menimbulkan persepsi buruk tidak hanya pada informan, tapi juga etnografer itu sendiri. Hal-hal seperti ini perlu diperhatikan oleh para etnografer karena mereka memiliki tanggung jawab besar kepada para informan.

9.6 Analisis Data

Setelah memahami beberapa tips yang dapat dilakukan di lapangan dan sudah mengumpulkan hasil, maka kita sekarang berada di tahap analisis data. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, etnografi menggunakan pendekatan kualitatif yang dekat dengan proses pengkodean atau **coding**. Selain itu, pendekatan kualitatif juga menggunakan proses **induktif**

yang artinya para etnografer akan membangun ide atau teori berdasarkan data di lapangan yang ditemukan. Ketika kita siap untuk menulis hasil etnografi terakhir, tekanan untuk menyelesaikannya bisa sangat kuat, terutama jika sedang menatap tenggat waktu. Namun jangan lupa untuk terus memastikan bahwa diri kita **untuk terus menulis dengan memeriksa catatan etnografi dengan cermat** (Murchison, 2010). Jika kita telah melakukan pekerjaan lapangan dengan baik, maka harus memiliki kesempatan untuk menyusun etnografi yang informatif dan efektif segera setelah mengidentifikasi pertanyaan, tema, momen, dan pengalaman kunci yang akan membantu dalam membangun kerangka analitis (***analytical framework***) yang relevan (Nordstrom and Jennings, 2018).

Untuk membangun sebuah *analytical framework* yang baik berikut adalah beberapa langkah yang dapat digunakan oleh etnografer (Murchison, 2010):

1. Mengidentifikasi tema dan pertanyaan kunci

Pada bagian sebelumnya, kita telah mengidentifikasi tema dan pertanyaan kunci yang muncul di proses penelitian dalam *mid-way analysis*. Pada titik ini, menjelang akhir penelitian lapangan, kita perlu meninjau kembali pertanyaan dan tema yang sudah diidentifikasi sebelumnya. Tugas kita sekarang adalah menentukan apakah pertanyaan dan tema tersebut merupakan representasi yang baik dari temuan dan wawasan yang telah dihasilkan selama proses penelitian.

Dimulai dengan meninjau kembali masalah, perlu ada refleksi apakah pertanyaan atau analisis yang muncul masih mencerminkan minat utama kita atau justru membelok. Lalu kita dapat mempertimbangkan apakah informasi yang telah dikumpulkan selama penelitian memungkinkan untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu dengan sangat baik. Idealnya, etnografi terakhir akan berbicara langsung dengan pertanyaan yang dianggap paling penting, berwawasan luas, dan informatif selama berada di lapangan.

Contoh dalam kasus Wulan, berdasarkan catatan etnografinya dia membangun tiga tema utama yaitu 1) Makanan ringan apa yang dinikmati orang Eropa dan bagaimana rasanya, 2) Komposisi dari makanan ringan favorit masyarakat Eropa dan di mana bahan-bahan tersebut dapat ditemukan, 3) Praktik apa yang berhubungan dengan cara masyarakat Eropa menikmati makanan ringan yang ada.

2. Mengidentifikasi momen dan pengalaman yang penting

Etnografi yang baik memang melibatkan analisis mendalam yang berakar pada data etnografi yang khusus. Untuk dapat menghasilkan cerita yang baik, maka etnografer perlu untuk menganalisis mana momen dan pengalaman yang penting saat turun di lapangan. Lalu semua momen dan pengalaman yang penting ini digabungkan menjadi sebuah cerita yang kronologis.

3. Melakukan *coding* dan mengatur catatan etnografi

Coding adalah suatu proses yang menganalisis dan melihat semua catatan etnografi lalu dikoneksikan kepada tema kunci yang sudah ditentukan. Contohnya, Wulan menemukan bahwa masyarakat Eropa menikmati makanan ringan yang rasanya cenderung hambar. Temuan ini dapat dikategorikan dalam tema 'Rasa Makanan Ringan yang Dinikmati' (tema kunci 1). Namun temuan lain seperti masyarakat di Inggris makan makanan ringan dengan ditemani oleh segelas teh dapat masuk ke tema 'Praktik Menikmati Makanan Ringan' (tema kunci 3). Tidak harus semua temuan dalam catatan etnografi di-*coding* berdasarkan tema kunci karena bisa jadi ada hal baru yang belum ada kategori temanya, contoh ditemukan bahwa orang dengan usia muda di Inggris lebih banyak mengonsumsi makanan ringan dibandingkan para pemuda di negara Eropa lainnya. Temuan ini tidak termasuk dalam tiga tema kunci yang disiapkan oleh Wulan, maka dia bisa memutuskan untuk membuat tema baru atau hanya menjadikan temuan ini catatan untuk diperhatikan.

Catatan penting lain yang perlu diperhatikan adalah **menyadari ketidakteraturan (*messiness*) dari data etnografi.**

Ketidakteraturan dapat berubah fakta yang berlawanan. Contoh Wulan memberi kesimpulan bahwa masyarakat Eropa menikmati makanan ringan yang rasanya tidak kuat atau *bland*. Namun setelah dia mengunjungi Italia, rupanya makanan ringan di sana memiliki rasa yang sangat kuat karena dipengaruhi oleh berbagai macam saus dengan bahan ikan dan tomat. Penemuan yang berlawanan ini harus tetap di masukkan, namun etnografer harus dapat mengatur hasil analisis dengan baik seperti dengan membuat bagian tersendiri dalam laporan yang berisi penemuan penting yang berlawanan atau tidak termasuk dalam tema utama yang sudah dibangun.

Banyak perusahaan yang merasa tidak perlu untuk melakukan etnografi dalam melakukan penelitian pelanggan. Ini karena etnografi sendiri sifatnya subjektif sehingga hasilnya pun terkadang tidak bisa diukur atau tidak pasti. Namun, etnografi yang baik dapat membantu perusahaan untuk mengenal pasar atau konsumennya dengan lebih komprehensif dan menghargai keunikan mereka. Oleh karena itu ada baik jika kita berusaha untuk **menunjukkan nilai etnografi pada bisnis** agar hasil penelitian yang dilakukan benar-benar dapat berdampak pada aktivitas bisnis. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan evaluasi kualitatif kasar dengan mempertimbangkan empat faktor utama yang mempengaruhi bisnis yaitu (REJÓN, 2009):

1. *Savings* atau tabungan: Apakah hasil etnografi meningkatkan profitabilitas, mengurangi biaya, dan menghemat waktu juga uang?
2. Efisiensi: Apakah hasil etnografi menurunkan risiko dan meningkatkan efektivitas, membantu perusahaan memenuhi kebutuhan juga inovasinya?
3. Membayangkan visi perusahaan di masa depan (*envisioning*): Apakah hasil etnografis membantu meningkatkan penyelarasan dan komunikasi lintas unit atau tim, berbagi pengetahuan, ide, dan pengembangan pasar?
4. Diferensiasi: Apakah hasil etnografi membantu menanamkan keunggulan kompetitif.

Dengan menggunakan keempat pertanyaan di atas, akan membantu kita untuk fokus pada nilai bisnis ketika sedang melakukan penelitian etnografi.

9.7 Sekilas tentang Netnografi

Netnografi adalah tipe spesifik penelitian kualitatif terhadap media sosial (Kozinets, 2020). Metode ini mengadaptasi etnografi dan praktek penelitian kualitatif lainnya kepada pengalaman budaya yang meliputi dan tercermin dalam jejak, jaringan, dan sistem media sosial. Kozinets (2020) juga menyatakan bahwa netnografi adalah pendekatan khusus untuk mempelajari interaksi dan pengalaman sosial online dari perspektif manusia. Intinya, netnografi pendekatan untuk mempelajari media sosial atau interaksi online dengan menggunakan lensa budaya. Metode ini sangat berguna dalam penelitian bisnis baik dari sisi akademik maupun praktik karena meneliti media sosial yang digunakan oleh pelanggan dalam praktik tertentu. Misalnya penelitian yang meneliti bagaimana peran media sosial seperti Instagram dalam minat beli pelanggan, ini dapat menggunakan netnografi sebagai pendekatan untuk menjawab pertanyaan penelitian tersebut.

Bab ini menambahkan informasi mengenai netnografi karena mengingat bahwa perkembangan teknologi juga mempengaruhi pengalaman dan praktik yang ada di masyarakat. Oleh karena itu, praktisi dan akademisi bisnis perlu untuk melakukan *update* metode penelitian yang lebih sesuai dilakukan di lingkungan digital dan netnografi adalah salah satunya. Robert V. Kozinets sebagai penemu netnografi, menyatakan dalam artikelnya yang berjudul '*Netnography for Management and Business Research*' bahwa dibandingkan dengan pendekatan lain, netnografi bersifat asli secara digital (*digitally native*) (Cassell, Grandy and Cunliffe, 2017). Elemen pengamatannya menawarkan pengalaman penelitian yang 'tidak terlalu mengganggu' dibandingkan etnografi karena sifatnya yang digital atau netnografer boleh tidak hadir secara fisik. Netnografi lebih naturalistik daripada wawancara pribadi, kelompok fokus (FGD), survei, dan eksperimen.

Dalam netnografi, konsep tentang *field site* atau lapangan mencair karena semua dilakukan dalam lingkungan digital yang tidak mengharuskan adanya kehadiran fisik. Dalam hal topik atau fokus penelitian, itu semua dapat terwujud melalui berbagai situs yang diakses dari berbagai lokasi dan berbagai perangkat. Dalam etnografi, peneliti harus menginvestasikan waktu untuk mencocokkan pertanyaan dan minat penelitian mereka dengan 'lokasi' online yang sesuai. Kozinets menyatakan bahwa untuk memilih 'lokasi' netnografi sebagai bagian dari studi formal, peneliti harus mencari lokus interaksi atau pengalaman tertentu yang (Cassell, Grandy and Cunliffe, 2017):

1. lebih relevan secara langsung dengan pertanyaan, orientasi, atau topik penelitian.
2. memiliki lebih banyak data yang tampaknya relevan, baik itu tekstual, visual, audiovisual, audio, grafis, atau lainnya.
3. menawarkan jumlah *posters* atau orang yang mengunggah *post* yang berisi pesan diskrit dalam jumlah yang lebih besar (bukan lokasi yang hanya memiliki sedikit *posters* karena informasi yang didapat pasti lebih sedikit).
4. membuat peneliti aktif sebagai netnografer, karena melihat lokasi tersebut sebagai suatu tempat sosial di mana sesuatu yang menarik terjadi.
5. menunjukkan *post* atau postingan dan data lain yang diunggah dalam waktu baru-baru ini (jika kebaruan dilihat sebagai sesuatu yang relevan, maka dalam investigasi historis kebaruan tidak dianggap penting).
6. memberikan peneliti informasi mengenai interaksi yang lebih rinci atau kaya secara deskriptif.
7. menawarkan suasana yang lebih ramah dan di mana kontak antarpribadi dapat dilakukan.
8. menunjukkan interaksi di mana satu *poster* atau orang yang mengunggah *post* menanggapi yang lain, dan yang lain menanggapi sehingga menciptakan dan memanifestasikan aliran percakapan.

Bagian ini hanya membahas sedikit dari netnografi karena sebenarnya pendekatannya tidak jauh berbeda dengan etnografi hanya saja dilakukan di lingkungan digital. Kozinets menyatakan bahwa netnografi biasanya digunakan untuk menopang studi dalam ilmu bisnis sehari-hari, terutama dalam area marketing. Dengan teknologi yang mengubah begitu banyak area dalam dunia bisnis dan manajemen, akan ada banyak peluang bagi peneliti untuk memberikan pemahaman yang kaya, kontekstual, pragmatis, dan kritis dengan menggunakan netnografi.

DAFTAR PUSTAKA

- Broccardo, L., Truant, E. and Zicari, A. (2019) 'Internal corporate sustainability drivers: What evidence from family firms? A literature review and research agenda', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26(1), pp. 1–18. doi: 10.1002/csr.1672.
- Cassell, C., Grandy, G. and Cunliffe, A. L. (2017) 'The SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods: Methods and Challenges'. London: SAGE Publications Ltd. Available at: <http://digital.casalini.it/9781526430229>.
- Cefkin, M. (2022) *Ethnography and the Corporate Encounter*. 1st edn, *Ethnography and the Corporate Encounter: Reflections on Research in and of Corporations*. 1st edn. Edited by M. Cefkin. New York: Berghahn Books. doi: 10.1515/9780857455352.
- Cresswell, J. W. (2013) *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. 3rd Editio. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Cresswell, J. W. and Creswell, J. D. (2018) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Fifth Edit. London: SAGE Publications.
- D'Amato, A. and Falivena, C. (2020) 'Corporate social responsibility and firm value: Do firm size and age matter? Empirical evidence from European listed companies', *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27(2), pp. 909–924. doi: 10.1002/csr.1855.
- Kozinets, R. V. (2006) 'Netnography 2.0', *Handbook of Qualitative Research Methods in Marketing*, (January 2006), pp. 129–142. doi: 10.4337/9781847204127.00018.
- Kozinets, R. V. (2020) 'Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research', p. 539.
- Lune, H. & Berg, B. L. (2017) *Qualitative Research Methods for the Social Sciences (9th Edition)*, Pearson Education Limited.

- Available at: Pearson Education Limited.
- Malefyt, T. D. and Moeran, B. (2003) *Advertising Culture*. 1st edn. Edited by T. D. Malefyt and B. Moeran. Oxford: Berg.
- Moisander, J., Närvänen, E. and Valtonen, A. (2020) 'Interpretive Marketing Research: Using Ethnography in Strategic Market Development 1', (2020), pp. 1–20.
- Murchison, J. M. (2010) *Ethnography Essentials: Designing, Conducting, and Presenting Your Research*. San Fransisco: Josey-Bass: A Wiley Imprint.
- Neuman, W. L. (2014) *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson Education.
- Nordstrom, O. and Jennings, J. E. (2018) 'Looking in the Other Direction: An Ethnographic Analysis of How Family Businesses Can Be Operated to Enhance Familial'. doi: 10.1177/1042258717749236.
- Reese, W. (2010) 'Ethnography for business: Optimizing the impact of industrial design', *Design Management Review*, 15(2), pp. 53–59. doi: 10.1111/j.1948-7169.2004.tb00162.x.
- REJÓN, J. V. (2009) 'Showing the Value of Ethnography in Business', *Ethnographic Praxis in Industry Conference Proceedings*, 2009(1), pp. 162–169. doi: 10.1111/j.1559-8918.2009.tb00136.x.
- Zhu, Y. (2020) 'Doing Ethnography in Business: Identity Manipulation and Its Implications', *International Journal of Business Anthropology*, 10(1). doi: 10.33423/ijba.v10i1.2917.

BAB 10

Pendekatan Fenomenologi

Oleh Danny Philipe Bukidz

10.1 Pendahuluan

Pendekatan fenomenologi adalah sebuah metode penelitian kualitatif yang berfokus pada studi mendalam tentang pengalaman subjektif individu dalam konteks yang diberikan (Nuryana, Pawito and Utari, 2019). Pendekatan ini berasal dari filsafat fenomenologi, yang mencoba untuk memahami dunia dalam perspektif individu dan memahami makna subjektif dari pengalaman setiap pribadi (Rorong, 2020).

Dalam penelitian fenomenologi, seorang peneliti bertujuan untuk memahami makna yang mendasari pengalaman subjektif individu tersebut, dalam sebuah situasi atau fenomena (Sari *et al.*, 2022). Peneliti berusaha untuk mengumpulkan data dari informan yang terlibat dalam fenomena yang sedang diteliti dan kemudian menganalisis data secara sistematis untuk mencari pola dan temuan yang bermakna.

Penelitian fenomenologi biasanya menggunakan wawancara mendalam dan observasi untuk mengumpulkan data dari informan (Ida, 2018). Selain itu, peneliti juga dapat memanfaatkan teknik pengumpulan data seperti jurnal atau catatan lapangan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan teknik seperti analisis tema, untuk mengidentifikasi pola dan tema yang muncul dari data..

10.1.1 Sejarah dan pengembangan pendekatan fenomenologis

Pendekatan ini berasal dari filsafat fenomenologi yang dikembangkan oleh Edmund Husserl pada awal abad ke-20 (Rorong, 2020). Husserl berusaha untuk memahami fenomena secara murni, tanpa terpengaruh oleh asumsi atau konsep yang

telah ada sebelumnya. Ia berpendapat bahwa pengalaman manusia selalu diinterpretasikan melalui kerangka konsep dan asumsi yang telah ada sebelumnya, sehingga manusia seringkali tidak memahami fenomena dengan cara yang murni dan objektif (Adian, 2016).

Dari pemikiran Husserl ini, kemudian muncul beberapa tokoh yang mengembangkan pendekatan fenomenologis dalam ilmu sosial dan humaniora, seperti Alfred Schutz dan Maurice Merleau-Ponty. Schutz mengaplikasikan pendekatan fenomenologis dalam memahami konstruksi sosial, sementara Merleau-Ponty lebih menekankan pada pengalaman tubuh sebagai dasar dari pengalaman subjektif.

Pengembangan pendekatan fenomenologis terus berlanjut hingga saat ini, dan telah banyak diaplikasikan dalam berbagai bidang, seperti psikologi, antropologi, sosiologi, dan seni. Pendekatan ini juga telah memengaruhi perkembangan pendekatan kualitatif dalam penelitian sosial dan humaniora.

10.1.2 Tujuan penelitian dengan pendekatan fenomenologis

Tujuan utama dari pendekatan fenomenologis adalah untuk memahami makna subjektif dari pengalaman individu dalam suatu fenomena atau situasi. Hasil dari penelitian fenomenologis dapat memberikan wawasan yang penting dalam memahami pengalaman subjektif individu dan dapat membantu dalam pengembangan teori yang lebih bermakna

Penelitian ini bertujuan untuk memahami sudut pandang subjektif individu, memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang pandangan, nilai, dan keyakinan mereka, dan bagaimana itu mempengaruhi tindakan dan keputusan dalam konteks bisnis.

Beberapa tujuan khusus dari penelitian dengan pendekatan fenomenologis dalam bisnis antara lain:

1. Memahami pengalaman pelanggan: Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman pelanggan dengan produk

atau layanan tertentu, termasuk bagaimana pengalaman tersebut memengaruhi persepsi dan keputusan mereka dalam membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut.

2. Memahami persepsi karyawan: Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi karyawan tentang budaya organisasi, kepuasan kerja, motivasi, dan faktor lain yang mempengaruhi kinerja mereka di tempat kerja.
3. Menjelajahi pandangan dan nilai konsumen: Penelitian ini bertujuan untuk memahami pandangan dan nilai konsumen terhadap merek, produk, atau pasar tertentu, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi keputusan pembelian mereka.
4. Mempelajari pengalaman dalam konteks bisnis: Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman individu dalam konteks bisnis tertentu, seperti peluang usaha, pengembangan bisnis, atau perubahan strategis.

Dengan memahami pengalaman individu dalam konteks bisnis tertentu, penelitian dengan pendekatan fenomenologis dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang keputusan dan tindakan individu dalam bisnis, dan membantu perusahaan memahami bagaimana mereka dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, kepuasan karyawan, atau menciptakan merek yang lebih kuat.

10.1.3 Manfaat pendekatan fenomenologis dalam penelitian

Pendekatan fenomenologis dalam penelitian memiliki beberapa manfaat, antara lain:

1. Memahami makna subjektif pengalaman individu
Pendekatan fenomenologis memungkinkan peneliti untuk memahami makna subjektif dari pengalaman individu. Hal ini membantu peneliti untuk memahami dunia dari perspektif subjektif individu, sehingga mampu memberikan pemahaman yang lebih holistik dan menyeluruh.

2. Mengakomodasi perbedaan individu dalam pengalaman
Pendekatan fenomenologis juga memungkinkan peneliti untuk mengakomodasi perbedaan individu dalam pengalaman. Karena setiap individu memiliki pengalaman yang unik dan berbeda, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami dan menghargai perbedaan tersebut.
3. Memperkaya data kualitatif dalam penelitian
Pendekatan fenomenologis dapat memperkaya data kualitatif dalam penelitian. Dengan memfokuskan pada pengalaman individu, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam dan mendalam tentang pengalaman subjektif individu.
4. Meningkatkan kepercayaan diri dan keakuratan hasil penelitian
Pendekatan fenomenologis dapat meningkatkan kepercayaan diri dan keakuratan hasil penelitian. Dengan memahami pengalaman subjektif individu, peneliti dapat memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti. Hal ini dapat membantu peneliti dalam membuat generalisasi yang lebih tepat dan akurat tentang fenomena tersebut.
5. Memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih luas
Pendekatan fenomenologis dapat memberikan wawasan baru dan pemahaman yang lebih luas tentang fenomena yang diteliti. Dengan memfokuskan pada pengalaman subjektif individu, pendekatan ini dapat membuka jalan untuk pemahaman yang lebih luas tentang fenomena tersebut, dan memberikan wawasan baru yang dapat membantu dalam memecahkan masalah atau mencapai tujuan tertentu dalam penelitian.

10.2 Dasar Teori Fenomenologi

Fenomenologi adalah cabang filsafat yang mempelajari pengalaman subjektif manusia dan bagaimana kita memahami dunia. Fenomenologi menekankan pentingnya memahami pengalaman subjektif individu dan bagaimana pengalaman itu membentuk pemahaman kita tentang dunia (Rorong, 2020).

Fenomenologi merupakan suatu pendekatan filosofis dan metodologis yang menekankan pada pengalaman subjektif individu dan makna yang terkait dengan pengalaman tersebut. Fenomenologi bertujuan untuk memahami dan menggambarkan dunia dalam pengalaman manusia, bukan dalam objek atau benda itu sendiri.

Fenomenologi kemudian berkembang menjadi suatu metode penelitian yang digunakan dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk psikologi, sosiologi, dan antropologi (Adian, 2016). Sebagai metode penelitian, fenomenologi bertujuan untuk memahami pengalaman individu dalam konteks sosial dan budaya tertentu. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan catatan lapangan, yang kemudian dianalisis untuk memahami makna-makna yang diberikan individu terhadap pengalaman hidup mereka (Hamid and Si, 2009).

Dalam konteks penelitian, fenomenologi digunakan untuk memahami pandangan, nilai, dan keyakinan individu dalam konteks tertentu, dan bagaimana hal tersebut memengaruhi tindakan dan keputusan mereka. Penelitian dengan pendekatan fenomenologi dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang pengalaman individu dalam hidup, dan membantu individu dan kelompok dalam memahami bagaimana mereka dapat meningkatkan pengalaman, kepuasan, atau menciptakan sesuatu yang lebih kuat (Nuryana, Pawito and Utari, 2019).

10.2.1 Prinsip-prinsip dasar fenomenologi

Dalam memahami konsep dan dasar teori pendekatan fenomenologis kita perlu melihat apa yang menjadi prinsip-prinsip dasar dari pendekatan ini. Berikut kita melihat apa yang menjadi prinsip-prinsip dasar dari pendekatan fenomenologi.

1. Pengalaman subjektif individu menjadi fokus utama penelitian: Pendekatan fenomenologis memfokuskan pada pengalaman subjektif individu dan bagaimana individu memberikan makna terhadap pengalaman hidup mereka.

2. Menekankan pentingnya menghargai pengalaman subjektif setiap individu: Dalam pendekatan fenomenologis, pengalaman subjektif setiap individu harus dihargai dan dipelajari secara cermat dan teliti.
3. Menjauhi pengambilan kesimpulan yang generalisasi dan stereotip: Pendekatan fenomenologis menekankan pada pentingnya menghindari pengambilan kesimpulan yang generalisasi dan stereotip.
4. Setiap individu dianggap sebagai subyek yang aktif dalam menciptakan makna dan pemahaman tentang dunia di sekitarnya: Setiap individu dianggap sebagai subyek yang aktif dalam menciptakan makna dan pemahaman tentang dunia di sekitarnya, sehingga perlu diperhatikan pengalaman subjektif mereka secara cermat dan teliti.
5. Pengalaman subjektif dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, budaya, dan historis yang ada di sekitar individu: Pendekatan fenomenologis mengakui bahwa pengalaman subjektif individu dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, budaya, dan historis yang ada di sekitar individu.
6. Fokus pada deskripsi, bukan penjelasan: Pendekatan fenomenologis lebih fokus pada deskripsi daripada penjelasan, yaitu mendeskripsikan pengalaman dan persepsi individu dengan akurat dan tepat.
7. Menghindari interpretasi yang bersifat preconception: Pendekatan fenomenologis menghindari interpretasi yang bersifat preconception atau sebelumnya sudah mengambil kesimpulan terlebih dahulu sebelum mempelajari pengalaman subjektif individu.

Dengan memperhatikan prinsip-prinsip dasar tersebut, pendekatan fenomenologis dapat membantu peneliti dalam memahami pengalaman subjektif individu dan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang dunia yang dihadapi oleh individu tersebut.

10.2.2 Pemikiran tokoh-tokoh pendukung fenomenologi

Fenomenologi adalah sebuah aliran filsafat yang berasal dari Eropa pada awal abad ke-20. Aliran ini berfokus pada studi tentang pengalaman subjektif dan kesadaran manusia, dan menolak pandangan bahwa realitas itu objektif dan terpisah dari pengalaman manusia (Subadi, 2006). Beberapa tokoh pendukung fenomenologi yang terkenal adalah sebagai berikut:

1. Edmund Husserl

Husserl dianggap sebagai pendiri aliran fenomenologi. Ia memandang bahwa dunia yang kita alami tidak dapat dipahami melalui pandangan objektif dan bahwa kesadaran manusia adalah pusat dari semua pengalaman dan pengetahuan. Ia berpendapat bahwa kita harus menyelidiki fenomena secara langsung, tanpa membuat asumsi atau interpretasi sebelumnya.

2. Martin Heidegger

Heidegger adalah murid Husserl dan meneruskan pemikiran fenomenologi. Ia mengembangkan pandangan Husserl dengan menekankan pada pemahaman kita tentang dunia sebagai pengalaman yang ada dalam konteks keberadaan manusia. Ia mengatakan bahwa keberadaan manusia selalu terikat dengan dunia dan bahwa dunia itu sendiri adalah sesuatu yang tidak dapat dipahami secara objektif. Filsuf Jerman ini yang mengembangkan konsep "Dasein" atau "keberadaan" manusia. Heidegger menekankan pada pentingnya konteks sosial dan budaya dalam memahami pengalaman manusia.

3. Maurice Merleau-Ponty

Merleau-Ponty adalah tokoh fenomenologi Prancis yang mengembangkan pandangan Husserl dan Heidegger dengan menekankan pada pentingnya tubuh dalam pengalaman manusia. Filsuf Prancis ini yang mengembangkan konsep "corporeality" atau "tubuh sebagai medium untuk memahami dunia". Merleau-Ponty menekankan pada pentingnya memahami pengalaman melalui tubuh dan persepsi sensorik kita. Ia mengatakan bahwa tubuh manusia adalah pusat dari pengalaman manusia, dan bahwa kita

memahami dunia melalui interaksi fisik dan emosional dengan lingkungan sekitar kita.

4. Alfred Schutz

Seorang sosiolog Austria yang mengembangkan teori fenomenologi sosial. Schutz menekankan pada pentingnya memahami konteks sosial dalam memahami pengalaman subjektif individu.

5. Jean-Paul Sartre

Sartre adalah tokoh fenomenologi yang paling terkenal dan kontroversial. Ia mengembangkan pandangan Husserl dan Heidegger dengan menekankan pada pentingnya kebebasan individu dalam membuat pilihan dan menentukan arti dalam hidupnya sendiri. Ia berpendapat bahwa manusia harus memilih dan bertanggung jawab atas pilihan-pilihan tersebut, tanpa mengandalkan norma atau nilai yang ditetapkan oleh masyarakat.

6. Emmanuel Levinas

Levinas adalah tokoh fenomenologi yang terkenal karena pandangan etisnya yang unik. Ia berpendapat bahwa manusia memahami dunia melalui interaksi dengan orang lain, dan bahwa etika merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari pengalaman manusia. Ia menekankan pada pentingnya tanggung jawab kita terhadap orang lain dan keberadaan kita di dunia.

Pemikiran para tokoh fenomenologi tersebut sangat berpengaruh dalam pengembangan filsafat dan ilmu pengetahuan modern. Dalam konteks pendidikan, konsep fenomenologi dapat digunakan untuk membantu siswa memahami pengalaman mereka sendiri dan menemukan arti dalam hidup mereka sendiri, serta memahami dunia melalui pengalaman langsung dan subjektif.

10.2.3 Teknik analisis data dalam pendekatan fenomenologis (analisis tema, analisis naratif, fenomenologi hermeneutik)

Fenomenologi adalah pendekatan dalam penelitian yang berfokus pada pengalaman subjektif seseorang, di mana peneliti

mencoba memahami makna yang terkandung dalam pengalaman tersebut (Rachmawati, 2017) Oleh karena itu, dalam melakukan analisis data dalam pendekatan fenomenologis, terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan, di antaranya:

1. Analisis Tema

Teknik analisis tema digunakan untuk mengidentifikasi tema atau pola umum yang muncul dari data yang diperoleh. Dalam konteks fenomenologi, tema mengacu pada makna atau pengalaman subjektif yang terkandung dalam data. Analisis tema dilakukan dengan melakukan coding atau pengelompokan data berdasarkan tema yang muncul. Peneliti kemudian menganalisis tema-tema tersebut untuk memahami makna yang terkandung dalam pengalaman subjektif tersebut.

2. Analisis Naratif

Teknik analisis naratif digunakan untuk memahami cerita atau narasi yang terkandung dalam data. Dalam pendekatan fenomenologis, peneliti dapat menganalisis narasi dari responden untuk memahami pengalaman subjektif mereka secara lebih mendalam. Analisis naratif dilakukan dengan mengidentifikasi elemen-elemen naratif seperti tokoh, plot, dan tema, dan menganalisis hubungan antara elemen-elemen tersebut untuk memahami makna yang terkandung dalam pengalaman subjektif tersebut.

3. Fenomenologi Hermeneutik

Teknik fenomenologi hermeneutik digunakan untuk memahami pengalaman subjektif yang terkandung dalam data melalui interpretasi makna dan konteks yang lebih luas. Dalam pendekatan ini, peneliti berusaha memahami pengalaman subjektif responden dengan memperhatikan latar belakang budaya, bahasa, dan pengalaman hidup mereka. Analisis fenomenologi hermeneutik dilakukan dengan mengidentifikasi makna yang terkandung dalam pengalaman subjektif dan menginterpretasikan makna tersebut dengan memperhatikan konteks yang lebih luas.

Ketiga teknik analisis data di atas dapat digunakan secara bersamaan atau terpisah, tergantung pada tujuan penelitian dan jenis data yang diperoleh. Dalam pendekatan fenomenologis, tujuan utama dari analisis data adalah memahami pengalaman subjektif responden dan makna yang terkandung dalam pengalaman tersebut. Oleh karena itu, penting bagi peneliti untuk memilih teknik analisis data yang paling sesuai dengan tujuan dan jenis data yang diperoleh

10.3 Metode Penelitian Fenomenologis

Metode Penelitian Fenomenologis adalah salah satu pendekatan penelitian kualitatif yang digunakan untuk memahami makna dari pengalaman subjektif seseorang atau kelompok dalam suatu fenomena. Fenomenologi bertujuan untuk mengeksplorasi pengalaman manusia secara mendalam dan merinci, serta memahami makna yang muncul dari pengalaman tersebut (Creswell and Creswell, 2017; Sari *et al.*, 2022).

Ada beberapa tahapan dalam metode penelitian fenomenologis, yaitu sebagai berikut:

1. Deskripsi Fenomena Tahap pertama dalam metode penelitian fenomenologis adalah deskripsi fenomena. Peneliti harus mengumpulkan data mengenai pengalaman subjektif individu atau kelompok dengan menggunakan teknik seperti wawancara, observasi, atau catatan lapangan. Data yang dikumpulkan harus terperinci dan teliti dengan mencatat semua aspek pengalaman yang terjadi.
2. Reduksi Fenomena Setelah data pengalaman subjektif telah dikumpulkan, peneliti harus melakukan reduksi fenomena. Tujuan dari tahap ini adalah untuk menyusun kembali data yang telah dikumpulkan untuk mencari pola dan tema yang muncul. Peneliti harus mempertimbangkan semua aspek dari pengalaman subjektif secara keseluruhan untuk mencari aspek yang paling signifikan atau penting.
3. Epoche Setelah tahap reduksi fenomena, peneliti harus melakukan epoche. Epoche adalah tahap di mana peneliti

harus mengabaikan semua pengetahuan sebelumnya dan pandangan subjektifnya untuk memahami pengalaman subjektif individu atau kelompok dengan lebih objektif.

4. Deskripsi Fenomena yang Ditransendensi Setelah epoche dilakukan, peneliti harus melakukan deskripsi fenomena yang ditransendensi. Hal ini berarti bahwa peneliti harus melihat pengalaman subjektif individu atau kelompok dari perspektif yang lebih luas. Peneliti harus mencari makna yang terkandung dalam pengalaman tersebut dan memahaminya dengan lebih baik.
5. Interpretasi Fenomena Setelah deskripsi fenomena yang ditransendensi, peneliti harus melakukan interpretasi fenomena. Pada tahap ini, peneliti mencoba untuk memahami arti dari pengalaman subjektif individu atau kelompok secara lebih luas dan kontekstual. Peneliti dapat menggunakan teori atau pandangan yang relevan untuk membantu dalam proses interpretasi fenomena.
6. Deskripsi Fenomena yang Ditetapkan Setelah tahap interpretasi fenomena, peneliti harus melakukan deskripsi fenomena yang ditetapkan. Tahap ini melibatkan menyusun kembali data dan memperjelas makna yang telah ditemukan dalam tahap interpretasi fenomena.

10.3.1 Desain Penelitian dengan Pendekatan Fenomenologis

Desain penelitian dengan pendekatan fenomenologi memerlukan beberapa tahapan yang harus dilakukan (Rachmawati, 2017; Yusuf, 2017; Abdussamad and SIK, 2021) antara lain:

1. Memilih subjek dan topik penelitian yang sesuai dengan pendekatan fenomenologis harus memenuhi beberapa kriteria, seperti pengalaman subjektif yang penting, fenomena yang belum dipelajari secara menyeluruh, atau peristiwa yang memerlukan pemahaman yang lebih mendalam.

2. Menetapkan tujuan penelitian harus jelas dan terfokus pada pengalaman subjektif individu. Penelitian harus menghasilkan pemahaman yang lebih dalam tentang pengalaman subjektif individu dan bagaimana pengalaman tersebut membentuk pemahaman kita tentang dunia.
3. Menerapkan metode pengumpulan data dengan pendekatan fenomenologis dapat dilakukan melalui wawancara, observasi, atau jurnal harian. Metode ini akan membantu peneliti untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam tentang pengalaman subjektif individu.
4. Menganalisis data atau analisis data pada penelitian dengan pendekatan fenomenologis melibatkan pengumpulan informasi yang mendalam tentang pengalaman subjektif individu dan mencari pola atau tema umum dalam pengalaman tersebut. Analisis data biasanya melibatkan beberapa tahapan, seperti transkripsi, pengkodean, dan temuan tematik.
5. Menginterpretasi data pada penelitian dengan pendekatan fenomenologis melibatkan memahami pengalaman subjektif individu dari sudut pandang peneliti. Interpretasi data akan membantu peneliti untuk memahami bagaimana pengalaman subjektif individu membentuk pemahaman kita tentang dunia.
6. Menarik kesimpulan dan implikasi Penelitian dengan pendekatan fenomenologis biasanya menghasilkan kesimpulan yang lebih kualitatif daripada kuantitatif. Kesimpulan harus didasarkan pada pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman subjektif individu dan bagaimana pengalaman tersebut mempengaruhi pemahaman kita tentang dunia. Implikasi dari penelitian harus dijelaskan dengan jelas dan harus relevan dengan topik dan tujuan penelitian.
7. Meninjau kembali penelitian Penelitian dengan pendekatan fenomenologis harus direview kembali untuk menilai keakuratan dan keandalannya. Penelitian harus diperiksa

untuk memastikan bahwa data dan analisis yang diperoleh mencerminkan pengalaman subjektif individu dengan akurat dan tidak dipengaruhi oleh interpretasi atau bias peneliti.

8. Menyajikan hasil penelitian dengan pendekatan fenomenologis dapat disajikan dalam bentuk laporan atau artikel ilmiah. Laporan harus mencakup deskripsi metodologi, hasil analisis data, kesimpulan, dan implikasi. Artikel ilmiah harus mencakup hal yang sama dengan laporan, namun harus ditulis dengan lebih singkat dan lebih terfokus pada temuan utama.
9. Menerima umpan balik dari rekan peneliti atau ahli sebagai bagian dari proses penelitian, peneliti harus membuka diri terhadap umpan balik dari rekan peneliti atau ahli terkait dengan temuan dan interpretasi data. Hal ini dapat membantu peneliti untuk memperbaiki atau mengklarifikasi hasil penelitian.
10. Meningkatkan validitas dan reliabilitas penelitian adalah dua aspek penting dari penelitian. Validitas berarti bahwa hasil penelitian mencerminkan fenomena yang sebenarnya dan reliabilitas berarti bahwa hasil penelitian dapat diandalkan. Dalam penelitian dengan pendekatan fenomenologis, validitas dan reliabilitas dapat ditingkatkan dengan melakukan triangulasi data, yaitu menggunakan beberapa metode pengumpulan data untuk mengkonfirmasi temuan, dan memeriksa kesesuaian hasil penelitian dengan teori dan literatur yang ada.

Dalam keseluruhan desain penelitian dengan pendekatan fenomenologis ini, penting untuk mengambil pendekatan reflektif dan kritis terhadap pengalaman subjektif individu. Hal ini akan membantu peneliti untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman subjektif individu dan bagaimana pengalaman tersebut mempengaruhi pemahaman kita tentang dunia.

10.3.2 Teknik pengumpulan data dalam pendekatan fenomenologis (wawancara mendalam, observasi, jurnal, catatan lapangan)

Dalam dunia bisnis, teknik pengumpulan data dalam pendekatan fenomenologis biasanya difokuskan pada memahami pengalaman individu yang berkaitan dengan bisnis atau organisasi tertentu (Rachmawati, 2017). Beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam pendekatan fenomenologis dalam dunia bisnis antara lain:

1. Wawancara mendalam dengan pekerja atau karyawan
Wawancara mendalam dengan pekerja atau karyawan dapat membantu untuk memahami pengalaman individu dalam bekerja di organisasi tertentu. Dalam wawancara ini, peneliti dapat bertanya mengenai pengalaman mereka dalam bekerja, tantangan yang dihadapi, lingkungan kerja, dan bagaimana pengalaman mereka memengaruhi pandangan mereka terhadap bisnis atau organisasi tersebut.
2. Observasi partisipatif
Observasi partisipatif dapat dilakukan dengan menjadi bagian dari lingkungan kerja atau organisasi tertentu dalam periode waktu tertentu. Dalam observasi ini, peneliti dapat mencatat pengalaman mereka selama menjadi bagian dari lingkungan kerja atau organisasi tersebut, serta mengamati perilaku dan interaksi antara karyawan atau pekerja.
3. Pengumpulan data dari dokumen atau arsip bisnis
Pengumpulan data dari dokumen atau arsip bisnis dapat membantu untuk memahami sejarah dan konteks bisnis atau organisasi tertentu. Dokumen atau arsip yang dapat digunakan meliputi laporan keuangan, rencana strategis, laporan tahunan, dan dokumen lainnya yang terkait dengan bisnis atau organisasi tersebut.
4. Fokus kelompok
Teknik fokus kelompok dapat digunakan untuk memahami perspektif kelompok tertentu terhadap bisnis atau organisasi tertentu. Dalam fokus kelompok, beberapa orang berkumpul dan berdiskusi mengenai

pengalaman mereka dalam bekerja di organisasi tertentu atau pengalaman mereka dalam berbisnis. Diskusi dapat dilakukan dengan panduan topik yang telah disiapkan sebelumnya oleh peneliti.

5. Catatan jurnal atau diary Catatan jurnal atau diary dapat membantu untuk memahami pengalaman individu dalam konteks bisnis atau organisasi tertentu secara lebih detail. Partisipan penelitian diminta untuk mencatat pengalaman mereka secara rutin, termasuk perasaan, refleksi, dan pengamatan sehari-hari, yang berkaitan dengan bisnis atau organisasi tersebut.

Dalam pengumpulan data dalam pendekatan fenomenologis dalam dunia bisnis, penting untuk memilih teknik pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian dan karakteristik partisipan penelitian. Selain itu, penting juga untuk menjaga etika dan kerahasiaan partisipan penelitian dalam pengumpulan dan pengolahan data.

10.3.3 Perbedaan antara pendekatan fenomenologis dengan Pendekatan Penelitian lainnya

Pendekatan fenomenologi dalam penelitian bisnis memiliki beberapa perbedaan dengan pendekatan penelitian lainnya, menurut (Abdussamad and SIK, 2021) bahwa ada beberapa perbedaan antara penelitian fenomenologi dengan penelitian lainnya, seperti:

seperti:

1. Pendekatan kuantitatif
Pendekatan kuantitatif dalam penelitian bisnis cenderung menghasilkan data yang berupa angka dan statistik, sehingga fokusnya pada menguji hipotesis atau teori yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan pendekatan fenomenologis lebih fokus pada memahami pengalaman hidup individu dan menghasilkan data kualitatif yang dapat digunakan untuk membangun teori baru.
2. Pendekatan kualitatif

Pendekatan kualitatif dalam penelitian bisnis seringkali fokus pada memahami makna dan interpretasi subjektif individu terhadap fenomena tertentu, namun tidak secara khusus memfokuskan pada pengalaman hidup individu seperti pendekatan fenomenologis.

3. Pendekatan eksperimental

Pendekatan eksperimental dalam penelitian bisnis cenderung menggunakan desain penelitian yang dirancang untuk menguji pengaruh antarvariabel dan menghasilkan data yang berasal dari pengujian hipotesis atau teori yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan pendekatan fenomenologis lebih fokus pada pengalaman hidup individu dan kebermaknaan dari pengalaman tersebut.

4. Pendekatan teoritis

Pendekatan teoritis dalam penelitian bisnis cenderung lebih fokus pada pengembangan teori atau konsep yang terkait dengan fenomena yang diteliti. Sedangkan pendekatan fenomenologis lebih fokus pada memahami pengalaman hidup individu dan pengembangan teori baru yang didasarkan pada data kualitatif yang diperoleh.

5. Pendekatan etnografi

Pendekatan etnografi cenderung menggunakan pengamatan langsung dan partisipasi peneliti dalam konteks sosial tertentu, serta memperhatikan aspek sosial, budaya, dan konteks dalam penelitian. Sementara itu, pendekatan fenomenologis lebih berfokus pada pemahaman mendalam tentang pengalaman hidup individu dalam konteks sosial dan budaya tertentu, tanpa harus terlibat secara langsung dalam situasi tersebut.

6. Pendekatan teoritis

Pendekatan teoritis dalam penelitian bisnis cenderung lebih fokus pada pengembangan teori atau konsep yang terkait dengan fenomena yang diteliti. Sedangkan pendekatan fenomenologis lebih fokus pada memahami pengalaman hidup individu dan pengembangan teori baru yang didasarkan pada data kualitatif yang diperoleh.

Dalam praktiknya, peneliti bisnis seringkali menggunakan pendekatan campuran (mixed-methods approach) yang

mengkombinasikan beberapa pendekatan penelitian, termasuk pendekatan fenomenologis, untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.

10.4 Implementasi Pendekatan Fenomenologis dalam Penelitian Bisnis

Pendekatan fenomenologis adalah salah satu pendekatan dalam penelitian kualitatif yang memfokuskan pada pengalaman individu dalam suatu fenomena atau peristiwa yang menjadi objek penelitian. Dalam konteks penelitian bisnis, pendekatan fenomenologis dapat digunakan untuk memahami pengalaman individu dalam berbagai aspek bisnis seperti perilaku konsumen, budaya organisasi, ataupun strategi pemasaran.

Berikut adalah contoh penelitian bisnis yang menggunakan pendekatan fenomenologis:

1. Penelitian tentang pengalaman konsumen dalam berbelanja online
Penelitian ini dapat dilakukan dengan wawancara mendalam terhadap beberapa konsumen yang sering berbelanja online. Dalam penelitian ini, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana pengalaman konsumen dalam memilih produk, melakukan transaksi, serta menghadapi masalah dalam berbelanja online.
2. Penelitian tentang budaya organisasi perusahaan
Penelitian ini dapat dilakukan dengan mengamati secara langsung dan wawancara mendalam dengan karyawan perusahaan. Dalam penelitian ini, peneliti dapat mengeksplorasi nilai-nilai, norma, serta praktik yang ada di dalam organisasi dan bagaimana hal tersebut mempengaruhi pengalaman karyawan.
3. Penelitian tentang strategi pemasaran produk baru
Penelitian ini dapat dilakukan dengan mengamati dan wawancara mendalam dengan konsumen yang telah mencoba produk baru tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti dapat mengeksplorasi bagaimana konsumen merespons

produk baru tersebut, apa yang paling menarik dari produk tersebut, serta apa yang perlu diperbaiki.

Dalam melakukan penelitian menggunakan pendekatan fenomenologis, peneliti perlu memperhatikan beberapa hal, seperti memilih partisipan yang relevan dengan objek penelitian, melakukan wawancara mendalam dengan teknik yang tepat, serta melakukan analisis data yang sistematis dan teliti

Berikut ini adalah contoh penerapan pendekatan fenomenologis dalam bidang-bidang bisnis tertentu:

1. Pemasaran

Dalam bidang pemasaran, pendekatan fenomenologis dapat digunakan untuk memahami pengalaman konsumen dalam berbagai aspek pemasaran seperti perilaku konsumen, strategi pemasaran, dan pengalaman konsumen. Contohnya, penelitian menggunakan pendekatan fenomenologis dapat dilakukan untuk memahami pengalaman konsumen dalam membeli produk kosmetik online atau pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan ride-hailing.

2. Manajemen Sumber Daya Manusia

Dalam bidang manajemen sumber daya manusia, pendekatan fenomenologis dapat digunakan untuk memahami pengalaman karyawan dalam bekerja di perusahaan tertentu. Penelitian dengan pendekatan fenomenologis dapat dilakukan untuk memahami bagaimana karyawan mempersepsikan lingkungan kerja, bagaimana mereka mengalami stres, dan bagaimana mereka menilai kebijakan atau program yang ada di perusahaan.

3. Keuangan

Dalam bidang keuangan, pendekatan fenomenologis dapat digunakan untuk memahami pengalaman investor dalam memilih saham atau investasi tertentu. Penelitian dengan pendekatan fenomenologis dapat dilakukan untuk memahami bagaimana investor mempersepsikan risiko investasi, bagaimana mereka mengevaluasi kinerja saham

atau investasi, serta bagaimana mereka memilih saham atau investasi yang tepat untuk portofolio mereka.

Penerapan pendekatan fenomenologis dalam bidang bisnis tertentu, peneliti perlu memperhatikan konteks bisnis dan objek penelitian yang tepat, teknik pengumpulan data yang sesuai dengan tujuan penelitian, serta analisis data yang sistematis dan teliti untuk menghasilkan pemahaman yang mendalam tentang pengalaman individu dalam bidang bisnis yang diteliti.

10.5 Kelebihan dan Keterbatasan Pendekatan Fenomenologis

Pendekatan fenomenologis memiliki beberapa kelebihan dalam penelitian, salah satunya bahwa pendekatan fenomenologis menekankan pada pengalaman subjektif individu dalam konteks tertentu. Ini memungkinkan peneliti akan lebih memahami dan mengeksplorasi makna dan pengalaman yang dialami oleh individu secara mendalam dan detail.

Fenomenologi juga akan memberikan pemahaman yang lebih dalam. Para peneliti akan memusatkan perhatiannya pada detail dan aspek-aspek kehidupan yang sering diabaikan dalam metode penelitian lainnya. Dengan demikian, pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang realitas yang diteliti.

Pendekatan ini juga akan memungkinkan keterlibatan langsung peneliti terlibat secara langsung dalam pengumpulan dan analisis data. Hal ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara mendalam dan empatik pengalaman subjek penelitian.

Pendekatan fenomenologis memungkinkan peneliti untuk memahami budaya yang diteliti dengan lebih baik. Dengan mengambil sudut pandang subjektif dan melihat budaya dari perspektif individu, pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi aspek budaya yang mungkin tidak terlihat oleh metode penelitian lainnya.

Pendekatan fenomenologis sering kali memberikan wawasan baru tentang fenomena yang diteliti. Dengan memfokuskan

perhatian pada pengalaman subjektif individu, pendekatan ini dapat membantu peneliti memahami fenomena yang lebih luas secara lebih baik dan memberikan wawasan baru tentang realitas yang diteliti.

Ditengah kelebihan dalam pendekatan ini ada beberapa keterbatasan dan kendala dalam pendekatan fenomenologis dalam penggunaannya, antara lain:

1. Subjektivitas: Karena pendekatan fenomenologis menekankan pada pengalaman subjektif individu, hasil penelitian dapat dipengaruhi oleh sudut pandang dan persepsi peneliti. Keterlibatan peneliti dalam pengumpulan dan analisis data juga dapat mempengaruhi hasil penelitian.
2. Keterbatasan dalam generalisasi: Karena pendekatan fenomenologis berfokus pada pengalaman subjektif individu, generalisasi hasil penelitian menjadi terbatas. Hasil penelitian mungkin hanya berlaku untuk kasus-kasus yang diteliti dan sulit untuk diaplikasikan pada populasi yang lebih luas.
3. Pengumpulan data yang memakan waktu: Pengumpulan data dalam pendekatan fenomenologis dapat memakan waktu yang lama karena peneliti harus mengumpulkan data secara mendalam dan rinci. Hal ini dapat menjadi kendala dalam penelitian yang memiliki batas waktu yang ketat.
4. Tidak dapat digunakan dalam penelitian kuantitatif: Pendekatan fenomenologis biasanya digunakan dalam penelitian kualitatif, yang sulit untuk dianalisis secara kuantitatif. Hal ini dapat menjadi kendala bagi peneliti yang ingin melakukan analisis data secara statistik.
5. Ketergantungan pada kualitas data: Kualitas data sangat penting dalam pendekatan fenomenologis. Data yang tidak akurat atau tidak lengkap dapat menghasilkan kesimpulan yang salah atau mempengaruhi interpretasi peneliti tentang pengalaman subjektif individu.

6. Tidak dapat digunakan dalam penelitian objektif: Pendekatan fenomenologis didasarkan pada pengalaman subjektif individu, yang tidak dapat diuji secara objektif. Hal ini dapat menjadi kendala dalam penelitian yang ingin memperoleh fakta objektif atau hasil penelitian yang beralasan secara ilmiah.
7. Kesulitan dalam menemukan partisipan penelitian: Pendekatan fenomenologis membutuhkan partisipan yang memiliki pengalaman yang relevan dengan topik penelitian. Terkadang sulit untuk menemukan partisipan yang memenuhi kriteria tersebut, terutama jika topik penelitian tergolong langka atau sensitif.
8. Tidak dapat memberikan jawaban definitif: Karena pendekatan fenomenologis berfokus pada pengalaman subjektif individu, hasil penelitian tidak selalu memberikan jawaban definitif atau solusi untuk masalah yang diteliti. Hal ini dapat menjadi kendala bagi peneliti yang mencari solusi atau rekomendasi tindakan yang konkret.
9. Kesulitan dalam memverifikasi hasil penelitian: Hasil penelitian dalam pendekatan fenomenologis didasarkan pada interpretasi peneliti tentang pengalaman subjektif individu. Interpretasi tersebut sulit untuk diverifikasi atau dibuktikan oleh pihak lain, sehingga sulit untuk menjamin keabsahan hasil penelitian.

Meskipun memiliki keterbatasan dan kendala, pendekatan fenomenologis tetap menjadi metode penelitian yang relevan dan bermanfaat dalam memahami pengalaman subjektif individu. Dalam menggunakan pendekatan ini, peneliti perlu mempertimbangkan secara seksama keterbatasan dan kendala yang ada serta mencari strategi untuk mengatasi masalah tersebut agar penelitian dapat dilakukan secara optimal.

10.6 Kesimpulan

Secara keseluruhan, pendekatan fenomenologis merupakan metode penelitian yang sangat berguna dalam penelitian bisnis, terutama untuk memahami pengalaman subjektif individu dalam konteks organisasi. Metode ini memungkinkan peneliti

untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang makna dan signifikansi pengalaman individu dalam konteks bisnis.

Dengan pendekatan fenomenologis, peneliti dapat menggali informasi dan pemahaman yang berharga tentang perspektif individu terhadap topik penelitian, seperti motivasi, preferensi, persepsi, dan sikap mereka terhadap bisnis atau produk tertentu. Hal ini dapat membantu pengambilan keputusan yang lebih baik dalam bisnis, seperti pengembangan produk, pemasaran, manajemen SDM, dan strategi bisnis lainnya.

Namun, penting juga untuk diingat bahwa pendekatan fenomenologis memiliki keterbatasan dan kendala, seperti kesulitan dalam memverifikasi hasil penelitian dan kesulitan dalam menemukan partisipan penelitian yang relevan. Oleh karena itu, peneliti perlu mempertimbangkan secara seksama keterbatasan dan kendala yang ada serta mencari strategi untuk mengatasi masalah tersebut agar penelitian dapat dilakukan secara optimal.

Pendekatan fenomenologis dapat menjadi metode yang sangat efektif untuk memahami pengalaman subjektif individu dalam konteks bisnis, dan dapat memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih dalam tentang berbagai masalah bisnis. Namun, peneliti perlu mempertimbangkan secara cermat keterbatasan dan kendala yang ada serta memilih strategi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.

Implikasi penting dari penelitian dengan pendekatan fenomenologis

Penelitian dengan pendekatan fenomenologis memiliki implikasi penting yang dapat membantu pengembangan teori, penelitian, dan praktik di berbagai bidang, termasuk bisnis. Berikut adalah beberapa implikasi penting dari penelitian dengan pendekatan fenomenologis:

1. Pemahaman yang lebih baik tentang pengalaman manusia:
Pendekatan fenomenologis dapat membantu kita memahami

pengalaman manusia secara lebih mendalam, terutama dalam konteks bisnis. Hal ini dapat membantu kita memahami bagaimana individu memandang bisnis, produk, dan layanan tertentu, serta bagaimana mereka berinteraksi dengan organisasi tersebut.

2. Pengembangan teori yang lebih kuat: Melalui penelitian dengan pendekatan fenomenologis, kita dapat mengembangkan teori yang lebih kuat tentang pengalaman manusia dalam konteks bisnis. Teori ini dapat membantu kita memahami bagaimana individu bereaksi terhadap berbagai aspek bisnis dan bagaimana interaksi tersebut dapat membentuk sikap, motivasi, dan perilaku mereka.
3. Pengambilan keputusan yang lebih baik: Pemahaman yang lebih baik tentang pengalaman manusia dalam konteks bisnis dapat membantu pengambilan keputusan yang lebih baik dalam berbagai aspek bisnis, seperti pengembangan produk, pemasaran, manajemen SDM, dan strategi bisnis.
4. Pengembangan metode penelitian yang lebih baik: Melalui penelitian dengan pendekatan fenomenologis, kita dapat mengembangkan metode penelitian yang lebih baik dan relevan dalam konteks bisnis. Hal ini dapat membantu kita memahami pengalaman individu dalam konteks bisnis dengan lebih baik dan akurat.
5. Pengembangan praktik yang lebih baik: Penelitian dengan pendekatan fenomenologis dapat membantu pengembangan praktik yang lebih baik dalam konteks bisnis. Hal ini dapat membantu organisasi untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam berinteraksi dengan karyawan, pelanggan, dan mitra bisnis.

Implikasi penelitian dengan pendekatan fenomenologis dapat membantu pengembangan teori, penelitian, dan praktik di berbagai bidang, termasuk bisnis. Implikasi penting ini dapat membantu kita memahami pengalaman manusia dengan lebih baik dan akurat dalam konteks bisnis, dan dapat membantu

pengambilan keputusan yang lebih baik serta pengembangan praktik yang lebih efektif.

Saran untuk pengembangan penelitian bisnis masa depan dengan pendekatan fenomenologis dalam pengembangan penelitian bisnis masa depan dengan pendekatan fenomenologis:

1. Melakukan penelitian pada populasi yang lebih luas: Penelitian dengan pendekatan fenomenologis sebaiknya dilakukan pada populasi yang lebih luas dan beragam, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih holistik dan komprehensif mengenai fenomena yang diteliti.
2. Menggunakan teknik analisis yang lebih diversifikasi: Selain menggunakan teknik analisis tema, naratif, atau fenomenologi hermeneutik, penelitian dengan pendekatan fenomenologis juga dapat menggunakan teknik analisis lain seperti fenomenologi deskriptif, fenomenologi eksistensial, dan lain-lain, sesuai dengan kebutuhan penelitian.
3. Mengintegrasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif: Penelitian dengan pendekatan fenomenologis dapat dikombinasikan dengan pendekatan kuantitatif, seperti analisis statistik, untuk memberikan hasil yang lebih akurat dan terukur.
4. Melakukan penelitian longitudinal: Penelitian dengan pendekatan fenomenologis juga dapat dilakukan secara longitudinal, yaitu mengikuti perkembangan fenomena yang diteliti dari waktu ke waktu. Hal ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perubahan dan dinamika fenomena yang diteliti.
5. Melakukan penelitian lintas budaya: Penelitian dengan pendekatan fenomenologis dapat dilakukan pada populasi yang berasal dari berbagai budaya dan latar belakang yang berbeda, sehingga dapat memberikan perspektif yang lebih luas dan memperkaya pemahaman kita mengenai fenomena yang diteliti.

Dengan mengembangkan penelitian bisnis dengan pendekatan fenomenologis sesuai dengan saran-saran tersebut di atas, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perkembangan pengetahuan dan pemahaman mengenai fenomena bisnis, serta dapat memberikan implikasi yang lebih baik bagi praktik bisnis di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, H.Z. and SIK, M.S. (2021) *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Adian, D.G. (2016) *Pengantar fenomenologi*. Penerbit Koekoesan.
- Creswell, J.W. and Creswell, J.D. (2017) *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Hamid, F. and Si, M. (2009) 'Pendekatan fenomenologi', *Al-Tadzkiyyah: Jurnal Pendidika Islam*, 6, pp. 17–33.
- Ida, R. (2018) 'Etnografi virtual sebagai teknik pengumpulan data dan metode penelitian', *The Journal of Society and Media*, 2(2), pp. 130–145.
- Nuryana, A., Pawito, P. and Utari, P. (2019) 'Pengantar Metode Penelitian Kepada Suatu Pengertian Yang Mendalam Mengenai Konsep Fenomenologi', *Ensains Journal*, 2(1), pp. 19–24.
- Rachmawati, T. (2017) 'Metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif', *UNPAR Press*, 1, pp. 1–29.
- Rorong, M.J. (2020) *Fenomenologi*. Deepublish.
- Sari, I.N. et al. (2022) *Metode penelitian kualitatif*. UNISMA PRESS.
- Subadi, T. (2006) 'Metode penelitian kualitatif'. Muhammadiyah University Press.
- Yusuf, M. (2017) *METODE PENELITIAN: KUANTITATIF, KUALITATIF, PENELITIAN GABUNGAN*.

BAB 11

META ANALISIS PENELITIAN BISNIS

Oleh Carmel Meiden

11.1 Pengertian

1. Glass dalam dalam Makowski *et al.* (2019), meta analisis merupakan analisis statistik atas kumpulan besar hasil dari studi individu untuk tujuan mengintegrasikan temuan.
2. Retnawati *et al.* (2018), analisis meta merupakan metode penelitian kuantitatif, menganalisis data kuantitatif atas hasil penelitian sebelumnya guna menerima atau menolak hipotesis yang diajukan dalam berbagai penelitian tersebut.
3. Makowski *et al.* (2019), meta analisis merupakan salah satu metode yang digunakan untuk analisis sintetik pengetahuan dengan menggabungkan dua pendekatan yaitu, *Systematic Literature Review* (SLR) dan *Statistical Analysis*.

11.2 Model Efek Tetap

Model tersebut mengasumsikan bahwa seluruh studi yang dianalisis memiliki efek kebenaran yang sama. Penggunaannya pada studi atas artikel publikasi dilakukan dengan memperhatikan secara seksama terpenuhinya dua kondisi, yaitu: semua studi indentik setara secara fungsional dan tujuan analisis adalah melakukan integrasi ukuran efek berdasarkan populasi yang teridentifikasi. Suatu penelitian (Carolyn *et al.*, 2022) berjudul “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Beberapa Jurnal: Meta Analisis”. Kondisi pertama yang diperhatikan adalah pencarian artikel menggunakan kata kunci: manajemen laba, profitabilitas, *leverage*, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, analisis regresi berganda. Selanjutnya

manajemen laba menggunakan *Modified Jones Model* (MJM) dan bukan model yang lain seperti: *Jones Model* (JM), *Healy*, *DeAngelo*, *Kang & Suvaramakhrisnan* serta *Ron Kasznik*. Profitabilitas menggunakan *Return on Assets* (ROA) dan bukan proksi yang lain seperti *Return on Equity* (ROE), *Return on Investment* (ROI). *Leverage* menggunakan *Debt to Assets Ratio* (DTA) dan bukan yang lain seperti *Debt to Equity Ratio* (DER). Kepemilikan Manajerial menggunakan persentase pemilikan saham oleh dewan (KM) dan bukan yang lain kepemilikan institusional (KI); ukuran perusahaan menggunakan logaritma natural total assets (Ln_TA) dan bukan yang lain seperti nilai total assets, logaritma total assets (Log_TA). Analisis regresi berganda menggunakan yang variabel dependennya manajemen laba berdasarkan *Modified Jones Model* dan berbagai variabel independen terjaring sebagai seluruh studi, namun yang dianalisis adalah yang ditetapkan, dipilih berdasarkan kondisi pertama tersebut di atas. Kondisi kedua yang diperhatikan adalah tersedianya data berupa nilai n , t statistik setiap variabel independen atas setiap artikel yang terpilih untuk di analisis. Berdasarkan kedua kondisi tersebut didapat akumulasi efek ukuran/ studi setiap variabel independen berupa: Profitabilitas (ROA) = 1700/14; *Leverage* (DTA) = 1822/ 14; Kepemilikan Manajerial (KM) = 1045/ 12; dan Ukuran Perusahaan (Ln_TA) = 2106/ 17. Perlu diingat berbagai mesin pencari yang lazim digunakan untuk menjaring artikel dengan kata kunci di atas, diantaranya: *Perish of Publish* (PoP), *SeforRa*, *Google Scholar* dan *Prisma*.

11.3 Tujuh Langkah Pengerjaan

Sebagai metode penelitian, Studi Meta Analisis (SMA) atau sering disebut sebagai Meta Analisis memiliki tujuh langkah kerja. Langkah kerja ini dimaksudkan untuk pengujian hipotesis. Tujuh langkah sebagai teknik analisis data adalah sebagai berikut:

1. Mengkonversi dengan melakukan transformasi statistik atas ukuran efek berupa n dan hasil statistik berupa t hitung dari setiap studi berdasarkan setiap variabel independen menjadi suatu ukuran bersama yaitu r .

Ukuran bersama tersebut yaitu r selanjutnya digunakan untuk melakukan pengakumulasian, perbandingan dan integrasi.

2. Mentransformasi ukuran efek dari setiap studi menjadi r . Hasil statistik yang dikonversi atau ditransformasi menjadi r yaitu t statistik dengan rumus:

$$r = \sqrt{\frac{t^2}{(t^2 + df)}}$$

Keterangan:

r = ukuran efek

t = hasil t statistik

df = *degree of freedom*

Berdasarkan Hunter & Schmidt (2004:278)

$$r = t / \sqrt{t^2 + N - 2}$$

Berdasarkan Retnawati *et al.*, (2018:139)

$$r = \sqrt{\frac{t^2}{(t^2 + df)}}$$

3. Mengakumulasi ukuran efek dan menghitung korelasi rata-rata (*average correlation coefficient* ($\bar{r}$)) dengan rumus:

$$\bar{r} = \frac{\sum (N_i r_i)}{\sum N_i}$$

Keterangan:

$\bar{r}$ = korelasi rata-rata

N_i = jumlah subjek (sampel) setiap studi

r_i = ukuran efek setiap studi

Berdasarkan Hunter & Schmidt (2004:81)

$$\bar{r} = \frac{\sum (N_i r_i)}{\sum N_i}$$

Berdasarkan Retnawati *et al.*, (2018:44)

$$ES = \frac{\sum (w_i ES_i)}{\sum w_i}$$

4. Menghitung *total variance* yang diamati dengan rumus:

$$S_r^2 = \frac{\sum [Ni (ri - \bar{r})^2]}{\sum Ni}$$

Keterangan:

S_r^2 = total *variance* yang diamati

$\bar{r}$ = korelasi rata-rata

Ni = jumlah subjek (sampel) setiap studi

ri = ukuran efek setiap studi

Berdasarkan Hunter & Schmidt (2004:81)

$$S_r^2 = \frac{\sum [Ni (ri - \bar{r})^2]}{\sum N}$$

5. Menghitung *sampling error variance* dengan rumus:

$$S_e^2 = \frac{(1 - \bar{r}^2)^2 K}{\sum Ni}$$

Keterangan:

S_e^2 = *sampling error variance*

$\bar{r}$ = korelasi rata-rata

Ni = jumlah subjek (sampel) setiap studi

K = jumlah penelitian yang di analisis

Berdasarkan Hunter & Schmidt (2004:87)

$$\sigma_e^2 = \frac{(1 - \bar{r}^2)^2 K}{T}$$

6. Menghitung *variance* populasi sesungguhnya dengan rumus:

$$S_p^2 = S_r^2 - S_e^2$$

Keterangan:

S_p^2 = *variance* populasi sesungguhnya

S_r^2 = total *variance* yang diamati

S_e^2 = *sampling error variance*

Berdasarkan Hunter & Schmidt (2004:86)

$$\sigma_r^2 = \sigma_\rho^2 + \sigma_e^2$$

7. Menguji hipotesis, dengan menggunakan pendekatan sesuai uji *Mann Whitney Test*; salah satu diantaranya yaitu uji Z pada tingkat interval keyakinan (*confidence*

interval=CI 95 persen ($\alpha= 5$ persen; $CI= 100\% - 5\%$) dengan formula sebagai berikut:

$$[\bar{r} - S_p^2 Z\alpha ; \bar{r} + S_p^2 Z\alpha] \\ = [\bar{r} - S_p^2 (1,96) ; \bar{r} + S_p^2 Z(1,96)]$$

Kriteria yang digunakan atas keputusan menerima atau mendukung hipotesis dengan menggunakan derajat kepercayaan 5%, jika r hitung $> r$ tabel, keputusannya: hipotesis tidak ditolak, artinya variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Selanjutnya, nilai r berkisar antara -1 sampai dengan +1 termasuk 0. Semakin besar nilai r (mendekati angka 1), maka semakin kuat (erat) pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Demikian sebaliknya, semakin kecil nilai korelasi (mendekati angka 0), maka semakin lemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Pada nilai 0, berarti tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (Sarwono, 2011).

Berdasarkan Hunter & Schmidt (2004:416)

$$Ave(d) - 1.96SD_E < \delta < Ave(d) + 1.96SD_E$$

Berdasarkan Retnawati *et al.*, (2018:37)

Menghitung batas bawah (LL_M) dan batas atas (UL_M) menggunakan rumus:

$$LL_M = M - 1.96 \times SE_M$$

dan

$$UL_M = M + 1.96 \times SE_M$$

Menggunakan excel (xls) sebagai kertas kerja studi meta analisis akan tampak fungsi dan formula sebagai berikut:

$$a. \quad r = \sqrt{\frac{t^2}{(t^2+df)}} = \text{SQRT}((t^2)/((t^2) + df))$$

Contoh perhitungan pada Sheet SOLV, jurnal dari E. Puspitasari:

$$t = 3,147$$

$$n = 276$$

$$df = n-1 = 276-1 = 275$$

$$r = \sqrt{\frac{t^2}{(t^2+df)}} = \sqrt{\frac{(3,147)^2}{((3,147)^2+275)}} = \sqrt{\frac{9,904}{(9,904+275)}} = \sqrt{0,035} = 0,186$$

b. $\bar{r} = \frac{\sum(Ni ri)}{\sum Ni} = H24/C24$ (Sheet SOLV)

Contoh perhitungan pada Sheet SOLV, jurnal dari E. Puspitasari:

$$\sum(Ni ri) = 513$$

$$\sum Ni = 3.149$$

$$\bar{r} = \frac{\sum(Ni ri)}{\sum Ni} = \frac{513}{3.149} = 0,1628$$

c. $S_r^2 = \frac{\sum[Ni(r_i - \bar{r})^2]}{\sum Ni} = K24/C24$ (Sheet SOLV)

Contoh perhitungan pada Sheet SOLV, jurnal dari E. Puspitasari:

$$\sum[Ni(r_i - \bar{r})^2] = 123$$

$$\sum Ni = 3.149$$

$$S_r^2 = \frac{\sum[Ni(r_i - \bar{r})^2]}{\sum Ni} = \frac{123}{3.149} = 0,0389$$

d. $S_e^2 = \frac{(1-\bar{r}^2)^2 K}{\sum Ni} = (((1-(I27)^2)^2) * A24)/C24$ (Sheet SOLV)

Contoh perhitungan pada Sheet SOLV, jurnal dari E. Puspitasari:

$$\bar{r}^2 = (0,1628)^2 = 0,0265$$

$$K = 21$$

$$\sum Ni = 3.149$$

$$S_e^2 = \frac{(1-\bar{r}^2)^2 K}{\sum Ni} = \frac{(1-0,0265)^2 (21)}{3.149} = 0,0063$$

e. $S_p^2 = S_r^2 - S_e^2 = F2-G2$ (Sheet Tabel Meta Analisis)

Contoh perhitungan pada Sheet Tabel Meta Analisis, pada cell Solvabilitas:

$$S_r^2 = 0,0389$$

$$S_e^2 = 0,0063$$

$$S_p^2 = S_r^2 - S_e^2 = 0,0389 - 0,0063 = 0,0326$$

- f. $[\bar{r} - S_p^2 Z\alpha; \bar{r} + S_p^2 Z\alpha] = [E2 - (H2 * 1,96)]; [E2 + (H2 * 1,96)]$ (Sheet Tabel Meta Analisis)

Contoh perhitungan pada Sheet Tabel Meta Analisis, pada cell Solvabilitas:

$$[E2 - (H2 * 1,96)]; [E2 + (H2 * 1,96)] = [0,1628 - (0,0326 * 1,96)]; = [0,1628 + (0,0326 * 1,96)] = 0,0989; 0,2267$$

- g. Membuat rumus R Tabel

Rumus yang ada pada kolom B3 dst (t):

$$=TINV(0,05;df) \text{ atau } =TINV(\$B\$2;A3)$$

Rumus yang ada pada kolom C3 dst (r):

$$=t/SQRT(df+(t^2)) \text{ atau } =B3/SQRT(A3+(B3^2))$$

Selanjutnya tampilan Kertas Kerja (KK) excel atas penerapan Studi Meta Analisis tampak sebagai berikut Tabel.11.1

Tabel.11.1 Contoh KK Perhitungan S_r^2 dan S_e^2

No	Penulis	n	t	r	NiRi	ri- $\bar{r}$	(ri- $\bar{r}$) ²	Ni(ri- $\bar{r}$) ²
1	Nur Azizah Basmar, Ruslan	184	1,187	0,087	16,083	0,036	0,001	0,239
2	Syavinda Zahra Anggreini	123	-2,386	0,211	25,971	0,088	0,008	0,945
3	Ajeng Widyaningsih	123	-2,944	0,258	31,678	0,134	0,018	2,211
4	Novi Indriani	99	-0,781	0,079	7,786	0,045	0,002	0,199
5	Meiliana Jaunanda	189	0,284	0,021	3,914	0,103	0,011	1,996
6	Pamelia Noer Dewi Mumpuni	48	2,848	0,384	18,415	0,260	0,068	3,249
7	Dzakwan Ina Ghandur	192	3,568	0,250	47,995	0,126	0,016	3,072
8	Vicky Yuvin, Partogian Sormin	450	-1,038	0,049	22,017	0,075	0,006	2,501

Sumber: Data Simulasi

Catatan: $\sum \text{studi}$: 8; $\sum n$: 1.408; $\sum r$: 0,167; $\sum NiRi$: 173,860; $\sum Ni(ri-\bar{r})^2$: 14,413

Perhitungan yang perlu dilakukan sebelum menghitung S_e^2 :

Mean r: $\frac{\sum NiRi}{\sum n} = 173,860/1.408 = 0,123$

$\bar{r}^2$: $(\text{mean } r)^2 = 0,123^2 = 0,015$

$1 - \bar{r}^2$: $1 - 0,015 = 0,985$

Rumus S_r^2 : $\frac{\sum Ni(ri-r)^2}{\sum n} = 14,413/1.408 = 0,010$

Rumus S_e^2 : $\frac{[(1-\bar{r}^2)^2 \times \sum \text{studi}]}{\sum n} = (0,985^2 \times 8) / 1.408$

Tabel.11.2 Contoh KK Pengujian Hipotesis

No	Indep. Var.	N	Studi	($\bar{r}$)	S_r^2	S_e^2	S_p^2	95% Convidence Interval	r Tabel	Ket
1	ROA	1408	8	0,123	0,01	0,006	0,0047	0,114 ; 0,133	0,052	sig
2	BDOUT	1089	8	0,078	0,001	0,007	-0,006	0,09 ; 0,066	0,059	sig
3	AUD-CHANGE	1677	11	0,058	0,004	0,007	-0,0022	0,062 ; 0,054	0,048	sig
4	D-CHANGE	1850	13	0,102	0,004	0,007	-0,003	0,107 ; 0,096	0,046	sig
5	CEO-PHOTO	1421	10	0,059	0,006	0,007	-0,0005	0,06 ; 0,058	0,052	sig

Sumber: Data Simulasi

11.4 Keunggulan dan Keterbatasan

Studi Meta Analisis (SMA) merupakan analisis kuantitatif yang memperbaiki keterbatasan *Studi Literatur Review* (SLR). Sebagai analisis kualitatif, SLR lebih menekankan pada narasi perkembangan studi berdasarkan aspek tertentu seperti: jurnal dan peringkatnya, teori yang digunakan, distribusi berdasarkan tahun dan negara, model pengukuran, variabel dan proksi, seting industri, sumber referensi buku dan artikel dan lain sebagainya. Konsekuensi fokus SLR tersebut menyebabkan terjadinya abai atas beberapa ukuran efek statistik. Keterbatasan SLR ini kemudian menjadi kemunculan SMA sekaligus keunggulannya sebagai suatu studi. Turunan keunggulan lainnya adalah terbuka melakukan kombinasi berbagai macam hasil penelitian yang

mungkin berbeda, berorientasi ukuran efek statistik sebagai dasar objektivitas dengan mensintesis ukuran statistik untuk integrasi hasil.

Keterbatasan Studi Meta Analisis (SMA) yang sering disebutkan dan diperbincangkan yaitu bias publikasi. Terjadi suatu publikasi artikel dengan pertimbangan topik, lolos *reviewer* meski dengan hanya ukuran sampel kecil. Konsekuensinya adalah berdampak pada ukuran statistik atas studi tersebut. Tawaran antisipasi atas bias publikasi tersebut adalah menghindari studi dengan n di bawah 100, yang akan di analisis dengan SMA.

11.5 Beberapa Publikasi Penelitian

Terdapat tiga penelitian dengan topik Manajemen Laba (ML) dengan menggunakan Studi Meta Analisis (SMA), yaitu publikasi: (Angeline and Meiden, 2019), (Caroline *et al.*, 2022), dan Winnica. Model manajemen laba yang digunakan adalah *Modified Jones Model* (MJM). Berbagai variabel independen yang digunakan dalam ketiga studi tersebut yaitu: corporate governance (mencakup: kepemilikan manajerial (KM), kepemilikan institusional (KI), ukuran dewan direksi (DIR_SIZE) dan ukuran dewan komisaris (COM_SIZE)), Profitabilitas (ROA), Leverage (DTA), Ukuran Perusahaan (Ln_TA), Beban Pajak Tangguhan (BPT), Perencanaan Pajak (PP). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap manajemen laba. Beberapa catatan keterbatasan penelitian dengan tema tersebut diantaranya: belum dilakukan antisipasi atas bias publikasi serta perlunya perluasan atas penggunaan variabel independen yang berbeda.

Terdapat beberapa penelitian dengan topik *Fraudulent Financial Statement* (FFS) dengan menggunakan Studi Meta Analisis (SMA), yaitu publikasi: Carolin *et al.* (2022), Aurora *et al.* (2022), Jurnal *et al.* (2022), Natalia *et al.* (2022) dan Analisis *et al.* (2022). Model *fraudulent financial statement* yang digunakan adalah *M-Score* atas 8 variabel. Berbagai variabel independen yang digunakan dalam studi tersebut yaitu: *fraud diamond*, *fraud triangle*, *fraud pentagon*. Hasil penelitian mengungkapkan

bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap *Fraudulent Financial Statement*. Beberapa catatan keterbatasan penelitian dengan tema tersebut diantaranya: belum dilakukan antisipasi atas bias publikasi, penggunaan proksi FFS lainnya seperti *M-Score* atas 5 variabel, *F-Score*, *Z-Score* serta perlunya perluasan atas penggunaan variabel independen yang berbeda seperti *fraud hexagon*.

Terdapat dua penelitian dengan topik *Audit Delay* (AuDel) dengan menggunakan Studi Meta Analisis (SMA), yaitu publikasi: (Pinontoan, Sutanto and Lesmana, 2022) dan Komala et al. (2022). Proksi *Audit Delay* yang digunakan adalah *Audit Signature Lag* (ASL). Berbagai variabel independen yang digunakan dalam kedua penelitian tersebut yaitu: *corporate governance* (mencakup: komisaris independen (KOMIN), komite audit (KOMAU) dan ukuran dewan komisaris (COM_SIZE)), Profitabilitas (ROA). Hasil penelitian mengungkapkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap *audit delay*. Beberapa catatan keterbatasan penelitian dengan tema tersebut diantaranya: belum dilakukan antisipasi atas bias publikasi, penggunaan proksi audit delay lainnya serta perlunya perluasan atas penggunaan variabel independen yang berbeda.

Terdapat tiga penelitian dengan topik Kinerja Perusahaan (KP) dengan menggunakan Studi Meta Analisis (SMA), yaitu: dua studi menggunakan kinerja pasar: Valencia et al. (2022), dan Mamaboa et al. (2022) serta satu studi menggunakan kinerja akuntansi: Filbert et al. Berbagai variabel independen yang digunakan dalam studi tersebut yaitu: *earnings per share* (EPS), *book value equity per share* (BVPS), *corporate governance* (mencakup: kepemilikan manajerial (KM), kepemilikan institusional (KI), komisaris independen (KOMIN), komite audit (KOMAU) dan ukuran dewan komisaris (COM_SIZE)), Profitabilitas (ROA) . Hasil penelitian mengungkapkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Beberapa catatan keterbatasan penelitian dengan tema tersebut diantaranya: belum dilakukan antisipasi atas bias publikasi, penggunaan proksi kinerja perusahaan lainnya seperti

TobinsQ serta perlunya perluasan atas penggunaan variabel independen yang berbeda.

Terbuka beberapa saran bagi penelitian ke depan dengan menggunakan Studi Meta Analisis, diantaranya: menggunakan variabel moderasi; memperluas penggunaan model, variabel dan proksi lainnya; menggunakan ukuran n di atas 100 sebagai kriteria penggunaan studi untuk dianalisis, menggunakan *archival* data yang terbuka untuk di akses sebagai data studi serta mempertahankan akumulasi efek size di atas 1000 bahkan ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Analisis, S. M. *et al.* (2022) 'Jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen, Vol.11 , No 4. , Desember 2022 279', 11(4), pp. 279–285.
- Angeline, A. and Meiden, C. (2019) 'Corporate Governance Dan Manajemen Laba Pada Beberapa Penelitian Skripsi Perguruan Tinggi, Studi Meta Analisis', *Equity*, 21(1), pp. 35–48. doi: 10.34209/equ.v21i1.630.
- Aurora, F. *et al.* (2022) 'Jurnal Pendidikan dan Konseling', 4(99), pp. 6824–6832.
- Carolyn, C. *et al.* (2022) 'Analisis Fraud Diamond terhadap Fraudulent Financial Statement pada Beberapa Jurnal Tahun 2018-2022 , Studi Meta Analisis', *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(1), pp. 7906–7921.
- Caroline, C. *et al.* (2022) 'Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmadiyah (JIAR) Vol . 5 No . 2 , Juni 2022 , 144 – 163 ISSN 2620-6110 (online) Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmadiyah (JIAR)', 5(2), pp. 144–163.
- Hunter, J. E. and Schmidt, F. L. (2015) *Methods of Meta-Analysis Correcting Error and Bias in Research Findings*.
- Jurnal, B. *et al.* (2022) 'Jurnal Pendidikan dan Konseling', 4, pp. 5417–5430.
- Komala, F., Sari, M. and Meiden, C. (2022) 'Jurnal Ekobistek', 11(4), pp. 10–12. doi: 10.35134/ekobistek.v11i4.429.
- Makowski, D., Piraux, F. and Brun, F. (2019) *From Experimental Network to Meta-Analysis*. Springer.
- Mamaboa, P. Y. *et al.* (2022) 'Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Pada Beberapa Penelitian Skripsi Perguruan Tinggi, Studi Meta Analisis', 7(2).

Natalia, A., Gunawan, K. and Meiden, C. (2022) 'Issn : 1412 – 2936 Analisis Fraud Diamond Dalam Mendeteksi Fraudulent Issn : 1412 – 2936 Eissn : 2549 - 7308', 7(1).

Pinontoan, A. E., Sutanto, M. G. and Lesmana, M. (2022) 'Corporate Governance dan Audit Delay (Penelitian Beberapa Skripsi dan Jurnal , Meta Analisis)', 21(September), pp. 119–132.

Retnawati, H. *et al.* (2018) *Pengantar Analisis Meta (Edisi 1)*.

Sarwono, J. (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Graha Ilmu.

Valencia, C. *et al.* (2022) 'Jurnal Pendidikan dan Konseling', 4, pp. 10613–10620.

BIODATA PENULIS



Rusydi Fauzan, SE, MM

Dosen Prodi Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi

Penulis lahir di Lubuk Aur tanggal 28 Mei 1986. Penulis merupakan dosen tetap Prodi Manajemen Bisnis Syariah UIN SMDD Bukittinggi. Penulis sudah menulis sejak tahun 2010. Penulis menyukai kegiatan membaca, menulis, dan *traveling*. Seputar kegiatan penulis dapat di follow pada akun instagram @rusydifauzan.

BIODATA PENULIS



Rida Ristiyana, S.E., M.Ak., CIQnR., C.FR., C.Ftax., C.Ed.

Dosen Tetap Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Islam Syekh-Yusuf (UNIS) Tangerang

Penulis adalah dosen yang telah tersertifikasi sebagai dosen profesional. Ia adalah dosen tetap pada Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Syekh-Yusuf (UNIS) Tangerang. Ia menyelesaikan Pendidikan S-1 Akuntansi di Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang pada tahun 2013 dan menyelesaikan Pendidikan S-2 Akuntansi di Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta pada tahun 2016. Pada 2 pendidikan tersebut memperoleh predikat *Cumlaude*. Pada 2021 telah menyelesaikan sertifikasi profesi peneliti. Penulis memiliki kepakaran di bidang Akuntansi, Pajak, Keuangan dan untuk mewujudkan karir sebagai dosen profesional, penulis pun aktif sebagai peneliti di bidang kepakarannya dan hasil penelitian telah didanai oleh internal perguruan tinggi serta dipublikasikan pada jurnal-jurnal terakreditasi baik nasional maupun internasional. Selain itu, penulis juga menjadi reviewer pada dewan redaksi di beberapa

OJS. Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan ilmiah dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu. Di sisi lain, penulis juga aktif dalam menulis buku sekaligus menjadi editor buku (editing naskah) dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif bagi bangsa dan negara yang nantinya dapat menjadi ilmu jariah dan ladang pahala demi mencerdaskan anak bangsa. Email Penulis: rristiyana@unis.ac.id. Adapun karya buku yang telah terbit meliputi topik berikut :1). Analisis Laporan Keuangan - Penilaian Kinerja Perusahaan Dengan Pendekatan Rasio; 2). Isu-isu Kontemporer Akuntansi Manajemen - Sebagai Alat Perencanaan, Pengendalian dan Pengambilan Keputusan; 3). Bunga Rampai - Kebijakan Perpajakan di Indonesia di Masa Pandemi COVID-19; 4). Pengaturan Pengelolaan Keuangan Perusahaan - Implementasi Strategi Dalam Keputusan Pendanaan dan Pengendalian Keuangan; 5). Implementasi Pengelolaan Keuangan Daerah - Tata kelola menuju Pemerintahan Yang Baik; 6). Konsep, Teori dan Implikasi Rencana Kerja dan Penganggaran; 7). Tinjauan Fungsi Manajemen Keuangan Perusahaan - Pengelolaan Unsur-unsur Keuangan Perusahaan; 8). Konsep, Prinsip dan Implementasi Keuangan Syariah; 9). Dasar-dasar Akuntansi Syariah; 10). Dasar-dasar Wawasan Kewirausahaan; 11). Akuntansi Keuangan Tingkat Menengah; 12). Konsep dan Sistem Akuntansi Biaya; 13). Akuntansi Suatu Pengantar; 14). Pengantar Ilmu Ekonomi; 15). Mengukur Kinerja Perusahaan Melalui Analisis Rasio Keuangan; 16). Mengenai Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya; 17). Pengetahuan Dasar Pasar Modal dan Investasi; 18). Sistem dan Strategi Dalam Konteks Pengendalian; 19). Pengantar Perpajakan; 20). Perpajakan; 21). Akuntansi Sektor Publik; 22). Akuntansi Manajemen; 23). Pengantar Audit; 24). Pengantar MSDM; 25). Kewirausahaan; 26). Manajemen SDM Era Society 5.0; 27). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM); 28). Sistem Akuntansi; 29). Praktikum Akuntansi Syariah; 30). UMKM Membangun Ekonomi Kreatif; 31). Teori Akuntansi; 32). Manajemen Perpajakan; 33). Ekonomi Moneter; 34). Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif; 35). Metodologi Penelitian Kuantitatif : Dengan Aplikasi IBM SPSS; 36). Manajemen

Koperasi dan UMKM; 37). Strategi dan Meta Analisis Dalam Penelitian Bisnis; 38). Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis : Dilengkapi dengan Analisis Regresi SPSS dan SEM-PLS; 39). Metodologi Penelitian Kuantitatif : Dengan Aplikasi IBM SPSS. Sedangkan buku yang sudah dieditori mencakup : a). Akuntansi Internasional; b). Auditing; c). Analisis Laporan Keuangan; d). Metodologi Penelitian Bisnis; e).Manajemen SDM; f). Manajemen Risiko; g).Perpajakan Internasional; h). Portofolio dan Investasi; i). Kewirausahaan; j). Pengantar Manajemen; k). Dasar-dasar Manajemen Keuangan; l).Dasar-dasar Akuntansi Manajemen; m).Manajemen Perpajakan; n). Dasar-Dasar Perpajakan; o). Akuntansi Keuangan Daerah Berbasis Akrual.

BIODATA PENULIS



Dr. Luluk Tri Harinie, SE., MM
Dosen Jurusan Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Palangka Raya

Penulis berkariier menjadi dosen tetap pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya. Menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi (SE) di STIE Malangkuçeçwara Malang (1995) pada program studi Manajemen. Selanjutnya menempuh pendidikan Magister (2004) dan pendidikan Program Doktor (2018) di Universitas Brawijaya Malang pada Program Studi Ilmu Manajemen. Penulis menekuni bidang ilmu Manajemen Pemasaran dan Kewirausahaan. Dan saat ini penulis dipercaya menjadi Sekretaris Program Studi Magister Manajemen Universitas Palangka Raya.

Email Penulis: luluk3harinie@gmail.com

BIODATA PENULIS



Arief Yanto Rukmana, S.T., M.M.

Mahasiswa Doktoral Universitas Pendidikan Indonesia
Dosen Perguruan Tinggi Indonesia Mandiri Bandung
Dosen Universitas Nurtanio Bandung

Penulis sebelumnya telah memegang posisi penting di sejumlah bisnis yang beroperasi pada skala nasional dan dunia. penulis saat ini berprofesi sebagai praktisi bisnis (Pemilik Perusahaan di Bidang Fashion, Kuliner dan Bisnis Digital juga sebagai seorang akademisi. Penulis mengajar di Universitas Nurtanio Bandung, dan dosen tetap di perguruan tinggi indonesia mandiri (STMIK IM & STIE STAN IM). alumni dari Program Studi Informatika (S1) Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Indonesia Mandiri (STMIK IM), Program Magister Manajemen (S2) di Pasca Sarjana Universitas Widyatama dan sedang melanjutkan studi Pendidikan (S3) Program Doktoral Pendidikan Teknologi dan Vokasional di Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis aktif sebagai pembicara dan narasumber kewirausahaan juga berdedikasi sebagai praktisi bisnis / owner / pemilik beberapa perusahaan yang bergerak pada industri food, fashion and fun. serta aktif dalam organisasi nasional

maupun internasional. Penulis juga seorang profesional dalam bidang public speaking & sebagai instruktur berpengalaman untuk sertifikasi kompetensi SKKNI BNSP Digital Marketing, Social Media Marketing dan Metodologi Pelatihan Level III, Graphic Design serta Sertifikasi Kompetensi beberapa lainnya yang diselenggarakan dinas tenaga kerja kota bandung, PT Rice INTI dan Balai Besar Pengembangan Latihan Kerja (BBPLK) Bandung. Selain itu pula penulis produktif sebagai pendamping UMKM dan pengelola Inkubator Bisnis Perguruan Tinggi Indonesia Mandiri dengan membina dan melatih / coaching, mentoring serta melakukan pendampingan bisnis UMKM untuk mahasiswa yang berminat menjadi seorang entrepreneur tangguh berdayasaing pada kancah internasional.

BIODATA PENULIS



Yeni Januarsi SE. Ak., M.Sc. CA., Ph.D., CAPF., CAPM.

Dosen Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Penulis lahir di lahir di Cilegon, Banten bulan Januari tahun 1980. Pendidikan S1 diselesaikan di Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro tahun 2002, Pendidikan S2 diselesaikan tahun 2009 di Universitas Gadjah Mada dan Pendidikan S3 diselesaikan pada bulan Oktober 2022 di Kyushu University, Jepang. Saat ini penulis aktif melakukan riset yang difokuskan pada topik-topik seputar akuntansi keuangan dan *finance*. Secara spesifik, penulis memiliki *research interest* dalam bidang *earnings management*, *quality of financial reporting*, *corporate governance*, IFRS, serta *corporate finance* dan telah mempublikasikan hasil penelitiannya di jurnal Q1 dan Q2 dari beberapa publisher terbesar dunia. Penulis juga aktif menulis buku dengan dengan topik *finance* dan *financial accounting*.

BIODATA PENULIS



Unggul Sagena, S. Sos., M.P.P., M.A., M.A.Tech.
Universitas Indonesia

Penulis adalah peneliti di lembaga think-tank seperti Centre for Innovation Policy dan Governance (CIPG), Centre Studies for Governance & Administrative Reform (CSGAR) UI, Southeast Asia Freedom of Expression Network (SAFEnet) dan dosen pada program manajemen bisnis pariwisata, Sekolah Vokasi Universitas Indonesia. Akrab dengan penelitian kualitatif dan mix-methods dengan studi dan riset pada saat dan hingga kini setelah menempuh pendidikan pascasarjana Technology Governance Innovation Policy & Development Economics dari Tallinn University of Technology, Estonia melalui beasiswa Uni Eropa/DoRa, NGO & Civil Society Studies dari Chonnam National University Korea Selatan melalui beasiswa May18 Foundation, sekaligus Public Policy Analysis dari School of Government & Public Policy Indonesia melalui beasiswa institusional.

BIODATA PENULIS



Frisky Jeremy Kasingku, M.Sc

Dosen Program Studi Akuntansi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Klabat

Penulis lahir di Sulawesi Utara tanggal 1 Februari 1993. Penulis adalah dosen tetap pada Program studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Klabat. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Akuntansi dan melanjutkan S2 pada jurusan Magister sains Akuntansi. Penulis menekuni bidang menulis dalam bidang ilmu Akuntansi dan bisnis.

BIODATA PENULIS



Dwi Budi Srisulistiowati, S.Kom., M.M.

Dosen Program Studi Informatika

Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Penulis lahir di Jakarta tanggal 23 Mei 1977. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Informatika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Informatika dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen. Penulis menekuni bidang Menulis.

BIODATA PENULIS



Daniel Kurniawan.

Dosen Program Studi Master Magister Bisnis & Manajemen
Fakultas Bisnis & Manajemen Universitas Ciputra Surabaya

Penulis lahir di Surabaya tanggal 26 Maret 1970. Penulis menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Teknik Sipil Universitas Tujuh Belas Agustus Surabaya dan melanjutkan S2 Teologi Jurusan Kepemimpinan Kristen dan S2 pada Jurusan Master Magister di Universitas Ciputra. Penulis juga menempuh pendidikan yang lebih tinggi yaitu S3 pada Jurusan Manajemen Strategi di Universitas Widya Mandala. Penulis menekuni berbagai bidang dalam Bisnis & Manajemen seperti *Sustainability* dan Bisnis Keluarga atau *Family Business*. Penulis juga membuat publikasi ilmiah dalam ranah *Strategic Management* dan Kepemimpinan dalam Bisnis.

BIODATA PENULIS



Danny Philipe Bukidz, S.ST, M.Min, M.Si.

Dosen Program Studi Manajemen Kampus Medan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Harapan

Danny Philipe Bukidz lahir di Jakarta, pada 12 Desember 1981. Ia tercatat sebagai lulusan Sekolah Tinggi Manajemen Industri (D4), Magister Teologi Ministry (S2), dan Magister Sosiologi Agama (S2). Pria yang kerap disapa Danny memiliki Istri bernama Christy Nora Sembiring dan merupakan Bapak dari Anak terkasih Sarahanna Bukidz, dan Gladysbrielle Bukidz. Bapak dari dua anak ini kesehariannya merupakan Dosen Pengajar di Universitas Pelita Harapan (UPH) Kampus Medan, Ia merupakan Dosen Liberal Arts, yang mengajar mata kuliah Etika, Civic, Pancasila, Wawasan Dunia Kristen dan Mata Kuliah Dasar Umum (MKDU) lainnya.

BIODATA PENULIS



Dr. Carmel Meiden, SE, MSi, AK, CA, CSRA.

Dosen Program Studi Akuntansi
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Ketertarikan penulis terhadap Studi Meta Analisis (SMA, dimulai pada tahun 2019 silam. Berawal dari membimbing mahasiswa di tingkat Sarjana S1 yang tertarik menggunakan Studi Meta Analisis. Perjalanan waktu sejak tahun 2019 sampai dengan 2023 cukup membekali penulis melihat kembali apa yang sudah dicapai dan sebagai dasar menulis secara ringkas dan padat poin penting yang menjadi benang merah Studi Meta Analisis.

Publikasi penulis di google scholar dalam kurun waktu 2019-2023 terkait Studi Meta Analisis sejumlah tidak kurang dari 13 artikel publikasi di berbagai jurnal termasuk peringkat SINTA, dengan berbagai tema di bidang akuntansi dan bisnis, seperti: Manajemen Laba, Fraudulent Financial Statement, Audit Delay, serta Kinerja Perusahaan. Jumlah sitasi publikasi tersebut baru mencapai 8 sitasi dan terus meningkat. Penelitian terkait Studi Meta Analisis di samping publikasi, yang terakhir yaitu bulan Maret 2023, juga telah diikutsertakan melalui presentasi paper pada *International Conference on Project Management (ICPM)*, yang selanjutnya menunggu menuju *Journal of International Conference Proceedings (JICP)*.
Email penulis: carmel.meiden@kwikkiangie.ac.id

